

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA:  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Tesis previa a la obtención del título de  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:  
NUEVOS PARADIGMAS DE LA MUSEOLOGÍA RESPECTO EL PROCESO  
DE MEDIACIÓN CULTURAL EN EL CENTRO DE ARTE  
CONTEMPORÁNEO (CAC) Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIALIZACIÓN Y  
DEMOCRATIZACIÓN DEL ARTE**

**AUTORA:  
CAROLINA FRANCISCA ESPINOSA IZA**

**DIRECTOR:  
DIEGO DAVID CÓNDOR SAMBACHE**

**Quito, octubre 2014**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos, análisis, desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, octubre del 2014

Carolina Francisca Espinosa Iza

C. I: 171588563-6

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación es la culminación de un arduo proceso académico que no hubiera tenido lugar sin todo el apoyo y amor de mi madre.

A Mónica, por ser motivo para sostener los sueños.

A Aurora, Juan David y la memoria de mis abuelos.

Por ustedes, por creer en mí.

Gracias

Y a los amigos que se guardan en el corazón, gracias por el camino.

## **AGRADECIMIENTO**

A María del Carmen Ramírez, por su apoyo incondicional y su infaltable abrazo.

A Rosario A'lmea y Armando Grijalva, por ofrecerme su sonrisa, tiempo y conocimientos.

A Leonardo Ogaz, por compartir sus letras y su afecto en este camino.

A David Jara, por su amistad y su guía en esta investigación.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
--------------------------	----------

### **CAPITULO 1**

<b>DISCURSOS E IMAGINARIO SOBRE LA CULTURA.....</b>	<b>2</b>
---	----------

1.1.1	Industria cultural como alternativa de socialización.....	5
1.1.2	La sociedad de masas: hibridación de las clases populares.....	8
1.1.3	Consumo cultural y tipos de capital en la sociedad de masas.....	12
1.2	Arte e Industria Cultural.....	18
1.2.1	La estética clásica y sus limitaciones para definir el arte.....	18
1.2.2	La obra de arte como producción mercantil.....	24
1.2.3	Arte: un lenguaje de múltiples interpretaciones.....	28
1.3	La mediación cultural: un tema de identidades.....	30
1.3.1	Re-significación de lo popular a partir de las mediaciones.....	32
1.3.2	La ruptura del lugar ¿Un problema para las mediaciones? .....	35

### **CAPÍTULO 2**

<b>EL MUSEO UNA INSTITUCIÓN QUE SE TRANSFORMA.....</b>	<b>41</b>
--	-----------

2.1	Recorrido y análisis histórico del museo.....	41
2.2	La museología y su vinculación social.....	45
2.3	Nueva museología: otra ruta de mediación.....	51
2.4	Nueva museología y Museología crítica, un reto para los museos del Distrito Metropolitano de Quito.....	58

### **CAPÍTULO 3**

<b>UNA MIRADA AL CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO.....</b>	<b>63</b>
--	-----------

3.1	Área educativa.....	65
3.2	Área de mediación.....	71
3.3	Área de mediación comunitaria.....	75
3.3.1	Proyecto “Re- conocer San Juan”: una experiencia de nueva sociología.....	79

## **CAPÍTULO 4**

<b>PROYECTO LÁPIZ AZUL.....</b>	<b>86</b>
4.1 Diseño del proyecto.....	86
4.1.1 Elementos Contextuales.....	88
4.1.2 Diagnóstico.....	89
4.1.3 Árbol de problemas.....	95
4.1.4 Árbol de objetivos.....	95
4.2 Formulación del proyecto.....	97
4.2.1 Objetivo general.....	96
4.2.2 Objetivos específicos.....	96
4.2.3 Fundamentación.....	97
4.2.4 Descripción (destinatarios, localización, participantes).....	102
4.2.5 Actividades.....	103
4.2.6 Cronograma de actividades.....	105
4.2.7 Recursos.....	109
4.2.7.1 Equipo Humano.....	109
4.2.7.2 Recursos Materiales.....	111
4.2.7.3 Recursos financieros.....	114
 <b>CONCLUSIONES.....</b>	 <b>116</b>
<b>LISTA DE REFERENCIAS.....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>131</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividades. ....	103
Tabla 2: Cronograma actividades.....	105
Tabla 3: Equipo humano.....	109
Tabla4: Recursos materiales.....	111
Tabla5: Recursos financieros.....	114

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de problemas.....	95
Gráfico 2: Árbol de Objetivos.....	96



## RESUMEN

El discurso entorno a la cultura se generó históricamente a partir del etnocentrismo, a causa de este pensamiento se validó la discriminación a toda práctica que no cumpliera los patrones estéticos, intelectuales, morales y éticos acordes a esta visión. Desde entonces se crearon instituciones de culto para mostrar estas prácticas culturales y convocar a quienes podían acceder a este consumo debido a la posesión de diversos tipos de capital; por ello, el museo y la galería de arte se convirtieron en las instituciones predilectas para este fin.

Sin embargo, los cambios en la museología han promovido fuertes transformaciones sobre la función social del museo, e integran a esta dinámica nuevas prácticas, como el generar *experiencias significativas* y el trabajo de *mediación comunitaria*. Que replantean al museo como un espacio integrador de prácticas artísticas, con la finalidad de promover procesos de cambio social.

Este panorama permite analizar la diferencia entre inclusión y participación, además de reconocer los verdaderos alcances del museo en el tan anhelado cambio social propuesto desde la Nueva Museología. Para este fin, el Centro de Arte Contemporáneo ofrece un espacio de análisis sobre los consumos y prácticas culturales, la importancia de la mediación en los espacios públicos, la necesidad de interactuar con la comunidad y la urgencia de buscar alternativas de diálogo entre instituciones culturales y la sociedad en general.

Por ello, el museo es una vitrina que evidencia mucho más que el consumo cultural, ya que evidencia los discursos de identidad, los imaginarios históricos de “cultura élite”, la incongruencia del discurso de inclusión y la necesidad de una mediación real que reconozca al otro.

## **ABSTRACT**

The speech around the culture was historically created from the ethnocentrism; because of this thinking was validated discrimination to any practice that does not fulfill the aesthetic, intellectual, moral, and ethical patterns consistent with this vision. Since then, were created Cultural Institutions to display these cultural practices and convene, who could access to this consumption due to the possession of various types of capital; therefore, the museum and art gallery became the preferred institutions for this purpose.

However, changes in museology have promoted strong transformations on the social function of the Museum, and replay into this dynamic new practices, such as generating significant experiences and the work of community mediation. This characteristics re-evaluate the Museum as a integrator space system of artistic practices, in order to promote social change proceses.

This panorama allows to analyze the difference between inclusion and participation, in addition to recognice the real scopes of the museum in such a longed social change proposed from the New Museology. For this purpose, the Contemporary Art Center, offers an analysis of consumptions and cultural practices, the importance of the mediation in the public spaces, the need to interact with the community and the urgency of looking for new alternatives of dialogue between cultural institutions and the society.

Therefore, the museum is a showcase that evidences much more than the cultural consumption, already evidences that the discourses of identity, the imaginaries of historical " elite culture ", the incongruity of the speech of inclusion and the urgent need of a real mediation that recognize the other.

## **INTRODUCCIÓN**

La presente investigación está conformada por cuatro capítulos: el primero es una contextualización histórico y teórica sobre la cultura, la industria cultural, la sociedad de masas, la transformación de los conceptos del arte y las mediaciones sociales que se producen a través de la cultura, en una época donde el espacio ha cambiado y las interacciones sociales relacionadas al lugar antropológico se dificultan. El segundo capítulo es un recorrido y análisis histórico sobre el museo y su función social, también se explica sobre la Museología y los cambios en los que ha devenido desde los años 60. Luego, en el capítulo tres, hay una investigación sobre el Centro de Arte Contemporáneo (CAC), sus prácticas museológicas y sus propuestas hacia un nuevo museo. Por último, el capítulo cuarto es una propuesta para dinamizar las prácticas culturales entre el CAC y la comunidad para fortalecer los procesos de mediación.

Durante este proceso se ha recurrido a la recolección y análisis bibliográfico, así como observaciones, investigaciones de campo, encuestas y entrevistas.

## **CAPÍTULO 1**

### **DISCURSOS E IMAGINARIOS SOBRE LA CULTURA**

#### **1.1 La cultura más allá del pensamiento Eurocéntrico**

A finales del siglo XVII e inicios del siglo XVIII, el movimiento cultural de la Ilustración impuso cambios sobre el pensamiento social al plantear la necesidad de superar la visión teológica y religiosa, para ocuparla con el pensamiento racional. El racionalismo se convierte así, en la base para entender todo lo que ocurre en la sociedad; también es el momento de un importante desarrollo en el campo de las artes y las ciencias europeas, por ello se denominó a este período como “El siglo de las luces”.

Entre los intelectuales más destacados estuvieron: Montesquieu, Voltaire, Defoe, Alexander Pope, Jonathan Swift, entre otros. Ellos tuvieron el beneficio de formar parte del Capitalismo de Imprenta, que dio apertura a la publicación de diversos medios escritos con los cuales se difundió el pensamiento libre para las clases sociales cultas, quienes mostraban mayor demanda por dichas producciones.

Es preciso decir que, si bien muchos intelectuales de la época criticaron las condiciones y el sistema en que vivían, no proponían un cambio revolucionario para el bien común, si no únicamente mejoras para las condiciones de ciertas clases burguesas. (Mayos, 2007)

Los nombres que revolucionaron en el campo científico fueron: Copérnico, Kepler, Galileo, Bacon y Newton. Con aportes científicos que eliminaban radicalmente el pensamiento religioso como explicación del mundo y sus formas de vida.

Es así que gracias a estos desarrollos científicos y filosóficos se marcaron ciertas características comunes que determinan este movimiento como: el racionalismo, la búsqueda de la felicidad, la creencia en la bondad natural del hombre, el optimismo y el laicismo.

Contrario a dichas concepciones bondadosas sobre la Ilustración, Hegel denominó a esta etapa como un proceso cuya prioridad es el sujeto pensante; pero debido a su abstracción, unilateralidad y frialdad analítica, produce una fuerte división que determina hondas diferencias e impide la dialéctica. (Mayos, 2007)

Aun así, el desarrollo de esta época llegó a una segunda etapa denominada Despotismo Ilustrado. Fue un momento de toma de conciencia de las élites burguesas que entendieron la necesidad de sostener una política enfocada en el desarrollo económico y tecnológico, así como de la modernización de la administración y la sociedad. Esta forma de concientizar fue la clave para gestar profundos cambios políticos que tienen su culminación con la Revolución Estadounidense, la Revolución francesa y la Revolución Industrial en Inglaterra. (Mayos, 2007)

Dichas revoluciones significaron la conformación del Estado-Nación y su secularización, por lo cual se reorganizaron los territorios en favor del desarrollo industrial y capitalista. También se instauraron nuevas formas de poder ejecutivo, legislativo y judicial, la creación de una constitución con leyes reguladoras de la sociedad, así como el apareamiento de la burocracia.

Todo este desarrollo empató con la Revolución Industrial, que fue el salto radical hacia la modernidad mediante la tecnificación del trabajo y el apareamiento de maquinaria, el transporte con el ferrocarril y la comunicación con la invención de redes. Todos estos distintos engranajes fueron perfectamente organizados en función del capital económico como única forma de desarrollo.

Ahora el cuestionamiento es ¿Para quién y qué tipo de desarrollo? Porque es evidente que según su lugar de enunciación cambiará el sentido de cada planteamiento.

En ese sentido, Bolívar Echeverría define y cuestiona a la Modernidad como una tendencia civilizatoria bajo la premisa de un principio unitario de coherencia o estructuración de la vida social civilizada que bajo una nueva lógica de orden, producción y pensamiento sustituye el principio organizador ancestral o tradicional. (Echeverría, 2008)

Por ello su principal característica sería el eurocentrismo, que divide al mundo por una dualidad, donde se instaura un pensamiento regido desde Europa como el centro del mundo, es decir, el centro de la cultura y el centro de la política. El mundo empieza a girar en torno a Europa y todo lo demás es considerado como periferias.

Marcar este binarismo es una estrategia para clasificar y dominar al “otro”, y así validar diversas formas de violencia en lo que Enrique Dussel denomina “El mito de la modernidad” (Dussel, 1994, pág. 85)

Cabe señalar que la Modernidad representa un modo distinto de entender la vida cotidiana, donde la civilización moderna es superior y más desarrollada, por ese motivo se encuentra en la obligación de “impulsar” a los pueblos primitivos según un proceso educativo unilineal. La violencia se valida porque “naturalmente” los pueblos bárbaros querrán oponerse a este tipo de desarrollo, es así que los conquistadores se convierten en sujetos emancipadores que los liberan de la culpa de no ser civilizados. (Dussel, 2000)

Así, la diferencia entre centro y periferia es también la diferencia entre personas cultas y bárbaros, entre los de la cultura de élite y aquellos que supuestamente no tienen cultura. Una visión etnocentrista devenida de la construcción eurocéntrica; cuya base es la concepción de la época iluminista que define a la cultura como un universo creativo de ideas y conocimiento, por ello se construyen instituciones específicas para su instauración: universidades, museos, galerías.

En el extremo, o mejor dicho en la periferia, encontramos a los pueblos excluidos y sometidos a Modernidad europea. Ellos, en su mayoría, son los pueblos brutalmente conquistados, actualmente también son los grupos sociales que migran del campo a la ciudad en busca de mejores condiciones de vida. Desde la época de la colonia, estos grupos han sido deslegitimados socialmente y segregados del acceso y consumo a ciertos bienes de la cultura élite, además que ignora sus formas y sus manifestaciones culturales son reducidas a folclore. (Guerrero, 2002)

Según este análisis ¿Qué puede denominarse cultura y qué no? Seguramente si nos planteábamos esta pregunta a inicios de siglo XVIII, la respuesta sería sencilla: la

cultura es toda producción a cargo de la clase élite, aquellos que tienen acceso al conocimiento e ideas de la época.

Por otro lado, cambiar la dualidad de este pensamiento etnocentrista integra diversas posturas críticas y más realistas respecto a la cultura, que según Patricio Guerrero, es un entramado de producciones humanas; producción de significaciones y sentidos que construyen la forma de ser y hacer de un grupo específico en un momento histórico determinado, para diferenciarse de los otros mediante el fortalecimiento de una identidad propia. (Guerrero, 2002)

Es así, como a pesar de toda esta violencia histórica, la Industria Cultural se ha convertido en una alternativa de acceso cultural para estos sectores sociales, quienes resignifican el consumo de estos productos, así como los usos desde su práctica cotidiana, a pesar de la lógica de consumo capitalista en la que están inmersos.

### **1.1.1 Industria cultural como alternativa de socialización**

En los años cuarenta, Adorno y Horkheimer proponen el concepto de Industria Cultural para explicar cómo los medios masivos de comunicación y la industrialización se convierten en herramientas para la reproducción serial y estandarizada de productos culturales, cuyo último fin es la ideología que determina su consumo.

El público al que se dirigen tales productos culturales es denominado “Cultura de masas” y equívocamente se lo relaciona con los grupos sociales marginales. Sin embargo, la Industria Cultural no se encasilla en determinados públicos, al contrario, se dirige a la población en general para intentar una homogeneización ideológica a partir del consumo. Es así que en la cultura de masas encajamos todos con una supuesta actitud predeterminada e inmutable. (Adorno, 1999)

Con la reproducción masiva de los productos culturales hay una supuesta transformación de la cultura, ello porque el valor auténtico se pierde al convertirse ésta en una mercancía con fines ideológicos. Según los autores citados anteriormente, no es el

objeto lo que se comercializa, es una forma de entender y pensar la vida la que se presenta a través de estos objetos, que más allá de la comercialización, encuentran su beneficio en la propagación ideológica, ya que:

La industria cultural no está obligada a buscar un beneficio inmediato, que era su motivación primitiva. EL beneficio se ha objetivado en la ideología de la industria cultural y hasta se ha emancipado de la obligación de vender las mercancías culturales que de todos modos deben ser consumidas. (Adorno, 1999, pág. 37)

Según Adorno (1999), hay dos versiones respecto a lo que significa la Industria Cultural para los consumidores: la primera se presenta complaciente por el acceso y la segunda evidencia cierta desconfianza ante los supuestos beneficios que se obtienen mediante la industrialización de la producción cultural. Para aquellos que se sienten regocijados en esta lógica de mercado, se evidencia un acceso democrático e inofensivo a estos productos, el mismo que responde a la demanda comercial. Para los menos optimistas, estos productos solo sirven como engaño fugaz, una simulación de alegría en pequeñas dosis de satisfacción, de las cuales todos están conscientes, pero que usan como refugio ante lo intolerable de sus vidas.

Es así como la publicidad se convierte en una de las herramientas más importantes de la Industria Cultural, que es además la culminación funcional del sistema industrial que le da forma comunicativa al objeto para venderlo y con él, a la ideología. Para entender cómo funciona ese engaño fugaz o simulación de alegría mencionada por Adorno y Horkheimer, recurrimos a la Lógica de Santa Claus aplicada en la publicidad, ésta justifica de cierta forma el consumo para la satisfacción ficticia, porque en realidad las personas no creen lo que oferta la publicidad pero actúan como si hicieran, tanto que el atributo del producto puede no funcionar pero lo que sí funciona es la gratificación de poseerlo. (Baudrillard, 1968)

La facilidad del acceso a diferentes productos culturales, se debe a que la Industria Cultural promueve la estandarización de un mismo objeto mediante técnicas extra-artísticas de distribución, más no de producción; hecho que separa drásticamente a los



artistas de esta industria de los artistas tradicionales. ¿Cómo se hace evidente esta separación? Esta distinción se aplica directamente con la pérdida de la autenticidad de la obra de arte mediante su reproducción masiva, pero otro hecho interesante es que toda manifestación cultural muestra los diferentes sentidos de la vida: caos, sufrimiento, contradicción. Sin embargo éstos no se evidencian en las producciones masivas, porque justamente la propuesta ideológica busca mantener el orden y proponer una máscara de felicidad, paz, placer, etc., más allá de las condiciones reales de vida de muchas personas. (Adorno, 1999)

El análisis realizado por Adorno y Horkheimer es una visión bastante negativa de la Industria cultural, sobre todo cuando se lo compara con Walter Benjamin, quien analiza los mismos principios en un estudio que denomina Reproducibilidad Técnica de la Obra de Arte, y explica cómo esta masificación puede ser una alternativa de socialización. (Benjamin, 2010)

La reproductibilidad brinda la posibilidad de difundir productos culturales entre diversos grupos sociales, incluidos aquellos que han sido considerados periferia, justamente porque estos sectores reconocen en dichas producciones características de su forma de vida, las mismas que le dan sentido al consumo y apertura nuevas significaciones desde su contexto.

Es así como la reproductibilidad del arte se plantea como una visión menos dramática sobre el acceso que pueden tener los diferentes grupos sociales a un mismo producto cultural. Según Benjamin, las obras de arte tradicionales, es decir aquellas que no han sido sometidas a ningún proceso de reproducción técnica, tienen una característica especial que las distingue de cualquiera: su *aura* (2010).

Esta característica forma parte de las dos polaridades en las cuales se mueve una obra de arte: el valor ritual y el valor de exhibición. El primero se entiende como la característica de autenticidad determinada por el aura, que es la opción de acercarse a un objeto que ha sido testimonio histórico y fundamenta su valor artístico y de tradición en el ritual. Por lo tanto, se define al ritual como una actividad contemplativa que cobra

sentido solo a través del culto: “El modo originario de inserción de la obra de arte en el sistema de la tradición encontró su expresión en el culto” (Benjamin, 2010, pág. 51)

Dicha actividad funciona como un servicio ritual que en sus inicios fue considerado mágico y después religioso. La importancia del ritual no discriminaba las formas profanas, porque el objeto de arte cobraba valor desde ésta acción única de un objeto irrepetible, que testimoniaba hechos importantes de la historia del ser humano, o que a su vez, servía para legitimar una posición filosófica, política o religiosa en la sociedad.

Es así que, cuando un objeto está dotado de esta característica es único e inmejorable, pero a causa de la tecnificación de la producción artística puede ser perfeccionado cuantas veces sea necesario, debido a la reproducción masiva de la obra, y con ella, su capacidad de ser expuesta en múltiples lugares. Esto conforma la segunda polaridad del arte: la exhibición.

Esta masificación cultural afectó a todos, según lo dice Martin Barbero, aunque no todos lo percibieron de igual manera. Las clases burguesas marcaron alternativas para diferenciarse de la demanda de las masas, porque cuando la obra de arte pierde su aura, para ellos pierde distinción. Lo mismo sucedió con las clases pequeño burguesas, quienes intentaron establecer mayor diferenciación de consumo respecto a las masas, aunque no lo consiguieron. Definitivamente, los más beneficiados han sido justamente el común de la sociedad o la masa social, porque estas nuevas condiciones les ofrecen posibilidades de acceso y ascenso cultural. (Barbero, 1987)

### **1.1.2 La sociedad de masas: hibridación de las clases populares**

¿Quiénes pertenecen a este grupo social del que tanto se habla en diversas teorías sociológicas y comunicativas? ¿Son únicamente una respuesta producida a través de la industrialización? Para responder a estas interrogantes es necesario abordar históricamente quiénes conforman esta clasificación social denominada “masas”, para ello Martin Barbero analiza los inicios de la modernidad en América Latina.

Dicho autor la denomina “Modernidad no contemporánea”, usualmente estudiada desde una visión a-histórica que afirma que América Latina mantiene sus prácticas sociales distanciadas de la lógica del mercado capitalista. Frente a esta visión romántica de los pueblos latinoamericanos, se presenta a la modernidad como una oportunidad para “recuperar el tiempo perdido” y alcanzar un nivel de desarrollo prototípico según el eurocentrismo.

Si bien la Modernidad ha sido un fenómeno mundial, en América Latina, éste se configuró de manera distinta a la europea, ya que no existía la noción de “proyecto nacional”. Los países de este sector del mundo no tenían una coalición real ni representaban un pensamiento homogéneo de nacionalismo como ocurría en Europa. Al contrario, cada sector social estaba conformado por diversos grupos culturales.

Por este motivo, las burguesías de cada país cumplieron un papel muy importante en la conformación del Estado, muchos de ellos migraron desde el exterior para reafirmar una nueva burguesía y conducir al país hacia un “mundo urbano europeizado”. Al menos ese fue el pretexto que se utilizó para su enriquecimiento, y para legitimar la explotación y la discriminación a los sectores populares que migraban a la ciudad.

A pesar de esto, se empezó a esbozar una extraña y diversa bandera de identidad, conformada a partir de: “La Nación que incorpora al pueblo, transformando la multiplicidad de deseos de las diversas culturas en un único deseo, el de participar del sentimiento nacional” (Barbero, 1987, pág. 167)

Es así que, cuando históricamente se habló de incorporar a los grupos populares para la conformación del discurso e imaginario de identidad, se vislumbró la idea de integrar en este discurso de identidad a los diferentes pueblos indígenas de cada región natural. Por ello, se reconoce que son poblaciones ancestrales cuyos relatos y formas de vida se enaltecen como características relevantes en la identidad de un país y de la cultura nacional. Eso significa que la sociedad de masas no está conformada por aquellos grupos

étnicos como los indígenas o afrodescendientes, que si bien han sufrido históricos procesos de conquista y violencia, son utilizados como bandera de identidad.

Ocurre lo contrario cuando se habla de la sociedad de masas, ya que guarda características que no encajan dentro del prototipo burgués y tampoco en el prototipo romántico de pueblos étnicos ancestrales. Por ello rompen con la promesa de una sociedad homogénea y normalizada según los anhelos de la modernidad. La misma que se vio afectada en nuestro continente, debido a una crisis económica que propició grandes movimientos demográficos con serias transformaciones sociales:

La crisis de los treinta desencadena una ofensiva del campo a la ciudad y una recomposición de los grupos sociales. Modificación cuantitativa y cualitativa de las clases populares por la aparición de una *masa* que no definibles dese la estructura social tradicional y que “desarticula las formas tradicionales de participación y representación”. La presencia de la masa va a afectar al conjunto de la sociedad urbana, a sus formas de vida y pensamiento, y pronto incluso a la fisonomía de la ciudad misma (Barbero, 1987, pág.172)

De esta manera este grupo social diverso y muy peligroso para la burguesía, que veía en ellos la personificación de lo marginal, también representaban la pérdida de la organización etnocentrista de la dualidad centro-periferia y la pérdida de valores diferenciadores entre clases sociales.

Así, la cultura de masas encuentra en la masificación de los productos culturales algunas de sus formas de ver y entender el mundo, característica que aterra a la burguesía por la pérdida de distinción. Por ello la necesidad urgente de mantener las diferencias mediante la clasificación de usos y consumos:

La nueva cultura, la cultura de masa, empezó siendo una cultura no solo dirigida a las masas, sino en la que las masas encontraron reasumidas, de la música a los relatos en la radio y el cine, algunas de sus formas básicas de ver el mundo, de sentirlo y de expresarlo. (Barbero, 1987, pág. 173)

Desde otra perspectiva, para de Nestor García Canclini (1999) el consumo cultural en manos de la sociedad de masas, se ha transformado en consumismo, enfocado en la comercialización de bienes espirituales devenido a partir del apareamiento de la sociedad de consumo y la industrialización.

Pero, ¿Por qué las clases populares no pueden acceder al consumo cultural sin ser discriminadas? Según el psicologismo moralista o la pirámide de Maslow, la población popular no tiene conciencia del consumo, ya que viven gastando lo que no tienen, en objetos que no necesitan debido a la manipulación mediática que supuestamente incide sobre ellos, como se lo planteaba en términos comunicacionales con la teoría de la aguja hipodérmica.

Esta crítica se presenta cuando advierten que lo único y urgente para este grupo popular es satisfacer necesidades como alimentación y vivienda. Hecho que implicaría pensar que hay grupos sociales que pueden vivir sin ninguna práctica cultural o artística, lo cual es negar sus atributos como seres humanos.

En esta perspectiva, pensar que el consumo tiene directa relación con la satisfacción de necesidades parte de una concepción naturalista, la misma que ha sido descartada ya que no existen necesidades “naturales”, pues todas son parte de la construcción social del ser humano, quien se encuentra en constante cambio. “Lo que llamamos necesidades, aún las de mayor base biológica, surgen en sus diversas “presentaciones” culturales como resultado de la interiorización de determinaciones de la sociedad y la elaboración psicosocial de los deseos”. (Canclini, 1999, pág. 33)

De esta forma, la supuesta distinción del consumo artístico por determinados grupos elites y su discriminación ante grupo populares o la masa social es una respuesta de las prácticas culturales como rezago del pensamiento colonial.

### 1.1.3 Consumo cultural y tipos de capital en la sociedad de masas

El consumo cultural no es una acción alejada de las dinámicas sociales, por ello Bourdieu analiza cómo se desarrolla ese intercambio social según lo que él denomina “Habitus” y “Campus”, una perspectiva para entender cómo se dan las relaciones sociales según la construcción histórica de cada sujeto y su interacción con el mundo social. (Canclini, 1999)

El *habitus* son todas las disposiciones adquiridas, como los esquemas lógicos, morales, estéticos, etc., estos conforman la *economía del Habitus*. Significa que cada una de estas disposiciones puede pensarse como tipos distintos de capital para usarse en espacios sociales determinados o mercados de bienes simbólicos o materiales, donde no existe siempre un interés utilitario sino también de tipo simbólico.

El espacio social o *campus* es el lugar de diferenciación jerárquica social, donde se pone en juego las diferentes estrategias de cada sujeto según el tipo de capital que posea, Bourdieu propone cuatro tipos de capital: *capital económico*, relacionado a la adquisición monetaria; *capital cultural*, respecto al acceso y posesión de diferentes formas de conocimiento; *capital social*, como el uso de las redes sociales a favor del bien personal, y el *capital simbólico* que son las características que se suponen intrínsecas a cada ser humano, carisma, buen gusto, talento, etc., según su formación social e histórica, pero sobre todo, según el acceso a otros tipos de capital. (Canclini, 1999)

Cada tipo de capital está destinado para utilizarlo en diferentes espacios sociales donde se producen tipos de consumo, que en este caso, tienen relación con los modelos propuestos por Canclini: El consumo como lugar de diferenciación social y simbólica y el consumo como un sistema de integración y comunicación.

El uso del capital cultural y simbólico sirve para establecer los gustos que determinan la diferencias entre clases sociales; de hecho a partir de la masificación de productos

culturales como eje principal de la Industria cultural y el consumo, es el gusto y el uso lo que justifica la distinción social.

En este sentido, cabe preguntarse sobre la “objetividad” de los objetos, basándonos en el consumo de éstos por la supuesta utilidad o beneficios prácticos que se obtienen mediante su consumo; sin embargo, hay que reconocer que muchos objetos no son utilizados según lo que supone su uso.

Por ello, Pierre Bourdieu rechaza estas supuestas funciones objetivas, ya que usualmente el uso de un objeto se transforma según los esquemas de percepción, apreciación y acción. Pongamos como ejemplo un objeto tradicional de la cultura popular: una máscara de la Diablada de Píllaro. Para el pueblo que sostiene la festividad de la Diablada como una práctica cultural histórica, este objeto está cargado de un valor simbólico festivo y se lo utiliza dentro de este contexto. El mismo que se contrapone al uso que le puede dar un “coleccionista” de arte popular que exhibe dicha máscara en la sala de su casa.

Estos diferentes usos, dice Bourdieu, no son distintos dados únicamente como causa de las diferencias sociales y los esquemas de percepción, apreciación o acción, sobre todo, porque es preciso clarificar que la conformación de estas apreciaciones, no depende exclusivamente del capital económico, sino también de las diferentes propiedades contextuales y biológicas como: sexo, edad, relación de producción, etc., y la forma cómo éstas se relacionan entre sí y reflejadas en las prácticas cotidianas.

Para el autor en cuestión, el análisis de las clases sociales y la distinción que se establece entre ellas fluctúa entre las fuerzas que provocan el movimiento de las personas en el espacio social: fuerzas propias de la estructura social y las fuerzas inherentes al sujeto.

Si bien es cierto que nadie puede escapar del contexto social y económico de su origen, es necesario insistir en que éste puede cambiar. Es así como una persona proveniente de sectores populares u origen obrero, puede ascender socialmente gracias a su esfuerzo por

la adquisición del capital cultural incorporado e institucionalizado, como un título académico que beneficie su situación económica y social; a esto Bourdieu lo denomina *efecto de trayectoria social*.

Sucede lo contrario con aquellas personas que desde su origen gozan de privilegios de clase, debido a la acumulación del capital económico y simbólico de manera histórica, es que a su vez, tienen mayor probabilidad de mantener la misma trayectoria debido al *efecto de inculcación*.

En esta lógica, Bourdieu define tres factores determinantes para la distinción: *la titulación académica*, como un esfuerzo por incorporar el *capital cultural*; *antigüedad del origen a la burguesía*, como hecho que sostiene la primacía de una cultura legítima en el tiempo; y la *edad*, como reflejo del tiempo que se llevará a cabo para obtener el mismo volumen de *capital económico y cultural* respecto a alguien que lleva generaciones sustentando esa característica y otro que ha obtenido el *capital cultural* mediante esfuerzo de adquisición.

Los indicadores de las disposiciones asociadas a la mayor o menor antigüedad en la burguesía son los que aportan las más altas contribuciones absolutas al segundo factor: huellas incorporadas de una trayectoria social y de un modo de adquisición del capital cultural, las disposiciones éticas y estéticas que se manifiestan principalmente en la relación con la cultura legítima y en los matices del arte de vivir cotidiano separan a unos individuos que tienen más o menos el mismo volumen de capital cultural (Bourdieu, 2002, pág. 262)

Es por ello que aunque las personas compartan el mismo capital económico y sean parte de un mismo grupo social, son las disposiciones éticas y estéticas que tienen su base en el capital cultural, las que definirán los usos, preferencias y distinción de sus prácticas cotidianas.



Bourdieu ejemplifica esta condición en el hecho de acudir a una obra de teatro: es así que para un grupo de intelectuales, que tienen al capital cultural incorporado aunque no dispongan de mucho capital económico, el asistir al teatro tiene la finalidad de obtener mayor rentabilidad cultural apropiándose del valor distintivo que le ofrece este evento. Mientras que para ciertos grupos burgueses, asistir al teatro es una oportunidad para gastar y exhibir el gasto.

Esto pone en evidencia que la distinción es un hecho básico que radica en posesión de capital cultural, sin olvidar que hay otros capitales que también inciden en las reglas de lo que Bourdieu llama “juego social”. De esta manera se explica como toda persona está consciente del tipo de capital que posee y cómo desea aplicar estratégicamente las jugadas en el espacio social, definitivamente, quienes tienen mayor capital tienen mayor poder en el juego. “Este sentido del juego, como lo decimos en francés, es lo que permite hacer infinidad de «jugadas» adaptadas a la infinidad de situaciones posibles que ninguna regla, por compleja que sea, podría prever.” (Bourdieu, 1997, pág. 10)

Por ello, el consumo de productos culturales dado desde la reproducción masiva, propone nuevas relaciones de comunicación entre clases sociales distintas, o entre semejantes en capital económico que también tienen a su favor otro capital: el cultural, y es por él, que consiguen distinción en sus consumos.

Como se puede evidenciar, cada tipo de capital está estrechamente relacionado entre sí, pero es el capital cultural el que determina radicalmente la forma cómo el sistema o el estatus quo se sostiene, ya que comprende las diferentes formas de conocimiento que son adquiridas tanto en la familia como en las instituciones educativas.

El primer momento social de aprendizaje, y empieza desde que nacemos, es la familia. Ella se encarga de impartir los primeros conocimientos, reglas y formas de vida, son el primer espacio de comunicación y reproducción de la estructura social.

Eso significa que los procesos de aprendizaje que se realizan durante este tiempo no son conscientes; distintos a lo que ocurre durante la etapa escolar, donde hay más

predisposición para el aprendizaje aunque depende sustancialmente de las capacidades de cada sujeto.

El aprendizaje representa la incorporación del capital cultural que se acumula con el tiempo y que se vuelve parte integrante del sujeto, hasta que éste puede utilizar dicha información en la reflexión o creación de obras de arte, artículos científicos, poesía, música o también acceder al estado institucionalizado del capital cultural, que mediante la posesión de un título académico garantiza y valida la adquisición de esos conocimientos, brindando mayor oportunidad de acceso a otros tipos de capital.

Podemos evidenciar que cuando alguien posee capital cultural ha adquirido también capital simbólico, que a su vez lo diferencia del resto que no lo posee y lo relaciona con grupos afines configurando la distinción, por ese motivo es que el capital cultural se convierte en una inversión de tiempo del sujeto:

El trabajo personal, el trabajo de adquisición, es un trabajo del “sujeto” sobre sí mismo (se habla de *cultivarse*). El capital cultural es un tener transformador en ser, una propiedad hecha cuerpo que se convierte en una parte integrante de la “persona”, un hábito. Quien lo posee ha pagado con su “persona”, con lo que tiene de más personal: su tiempo.

(Bourdieu, 2014, pág. 2)

Cuando el sujeto ha logrado una apropiación de este conocimiento puede relacionarlo con la adquisición de capital económico, así como de capital simbólico por aprehender capacidades y valores como el buen gusto o desarrollar el talento, que también le permitirá fomentar un capital social útil a sus beneficios personales.

Ahora bien, los productos culturales que han sido sometidos a la tecnificación, hablamos de las obras de arte que llegan a los sectores masificados de la sociedad, permiten marcar las diferencias, porque no es lo mismo adquirir una obra original que una

imitación. Quienes accedan a la obra original, incluso sin poseer suficiente capital económico, muestran una apreciación y asignan un valor distinto a este consumo. Es esta *calidad de apropiación* la que ofrece distinción a quien lo consume. Situación que no sucede de igual manera respecto a aquellos que prefieren la reproducción masiva como una forma de acceso, aunque la obra se transforme y pierda su aura:

Es toda la relación con la obra de arte la que se encuentra cambiada cuando el cuadro, la estatua, el vaso chino o el mueble antiguo pertenecen al universo de los objetos que pueden comprarse, inscribiéndose así en la serie de bienes de lujo que se poseen y de los que se disfruta sin tener necesidad de testimoniar de otra manera la delectación que proporcionan el gusto que atestiguan y que, incluso cuando no se poseen personalmente, forman parte de alguna manera de los atributos estatuarios del grupo al que se pertenece, decorando los despachos que se ocupan o los salines de los familiares y conocidos que se frecuenta.” (Bourdieu, 2002, pág., 278)

De cualquier manera, la eficacia de la distinción se consigue de manera imperativa cuando el objeto simbólico, con soporte material, puede ser poseído. La reproductibilidad del arte permite que la apropiación simbólica se concrete en la adquisición de dichos objetos, aunque es claro que nunca será lo mismo el objeto original que una copia y esto depende del grado de capital cultural de quien la ostente: “Los objetos dotados del más alto poder distintivo son los que mejor testimonian la *calidad de apropiación*”. (Bourdieu, 2002)

Esta división entre lo original y la copia reafirma la pérdida aurática de la que habla Benjamin, y también afirma la necesidad de distinción que brinda el poseer mayor capital cultural para diferenciarse de los demás, por una necesidad de apropiación simbólica que responda a los imaginarios intelectuales o académicos que pueden presentarse en sujetos de una misma clase social, con la diferencia de que si alguien no

posee dinero suficiente para sustentar sus gustos, estará divagando entre ambos polos de consumo. Esta es una condición determinante en la cultura media:

La cultura media debe gran parte de su encanto, ante los ojos de las clases medias que son privilegiados destinatarios, a las referencias a la cultura legítima que encierra y que inclina y autoriza a confundirla con ella: arreglos populares de música culta, adaptaciones al cine de clásicos de la literatura. (Bourdieu, 2002, pág. 326)

Aun así, el consumo de producción artística envuelta en la reproducción masiva como causa de la Industria Cultural, cambió de sobremanera la forma de entender la supuesta cultura legítima de la cultura popular, ya que en la sociedad de masas todos podemos consumir la reproducción de cualquier objeto y encontrar en este consumo un espacio de comunicación e integración entre diferentes clases sociales, pero lo único que determina la distinción de este consumo es la utilidad y el uso según el capital cultural y simbólico que cada uno posea.

## **1.2 Arte e Industria Cultural**

### **1.2.1 La estética clásica y sus limitaciones para definir el arte**

La definición del arte se ha convertido en un tema apasionante abordado desde diversas perspectivas teóricas, principalmente centradas en la estética, y también desde teorías sociológicas que buscan entender cómo funciona esta producción humana en la vida social de las personas. Sin embargo, no es posible alejarse de la dinámica de la modernidad en este embrollo semántico para entender al arte, ya que durante años fue la base para explicar la lógica de su producción.

Al definir de manera muy escueta lo que significa una obra de arte según la perspectiva occidental, diremos que ésta comprende toda creación humana que puede ser apreciada por los sentidos y además quien la observe experimenta un goce estético.

Según John Berger (2011), el acto de mirar una obra de arte pone en juego características distintas que el mirar cualquier otro objeto. Hay ciertas hipótesis aprendidas socialmente que determinan este acto: la belleza, la verdad, el genio, la forma, la posición social, el gusto, entre otras, que convierten a la obra de arte en un objeto fetichizado, que por el simple hecho de su existencia representa una abstracción satisfactoria para el observador. Es así como se determina que la obra es engañosa debido a su cosificación y la permanencia que ésta le ofrece, ya que a partir de él puede cautivar distintos sentidos y evocar una experiencia artística por el simple hecho de mostrarse evidente en un material e impulsar una relación fantasiosa con el observador.

Es por esta fetichización que, quien realiza la obra de arte también cobra un valor distinto en el juego social gracias al reconocimiento y distinción, que se aseguran gracias a la acumulación de capital cultural y simbólico en su práctica. Por este motivo se presume que el artista es una persona creativa que busca satisfacer esa necesidad mediante la producción de una obra de arte, que se reflejará en ella los valores y conocimientos de su creador.

Por ello se garantiza el valor único de la producción de una obra original, así como todo el tiempo necesario para su elaboración, el conocimiento aplicado, además de las emociones y sensaciones que se plasmaron allí.

De esta manera se supone que la relación que se establece entre un artista y su obra, deviene de la capacidad del artista para captar la belleza dentro de ella. Y que a su vez, ésta pueda mostrarse a un observador para que él experimente complacencia mediante el vínculo emocional que se establece entre las personas y el objeto apreciado al captar el valor de la producción.

La idea central de la estética clásica apela tanto a la sensibilidad como a la racionalidad del hombre, el Principio de Placer y el Principio de Realidad: la obra de arte invoca a los sentidos, se orienta a la satisfacción de las necesidades sensuales pero de manera altamente sublimada. (Marcuse, 2014, pág. 3)

Aunque Marcuse afirma que incluso cuando la temática de la obra no es algo agradable, como la crucifixión de Cristo, la composición de la misma: las formas, los colores, la profundidad, la forma en general, logra superar un tema tan sangriento para imponer la estética de la belleza como el equilibrio de todas las formas que ahí se presentan tan sublimadas, es decir que la forma triunfa sobre el contenido.

Por este motivo, Benjamin entiende que este objeto de arte fetichizado guarda una característica que resume todos los valores propios del pensamiento moderno respecto a la dualidad: la obra de arte es aurática porque es irrepetible, singular y única, por ello el arte verdadero, el arte puro, estaría reservado para las élites, porque son ellos quienes pueden apreciar el verdadero sentido de esta composición; toda producción distante de la estética clásica y los valores culturales de la época serán considerados folklor.

De acuerdo con este pensamiento tradicional de la lógica moderna, toda producción sometida a la reproducción masiva, sin aura, sin belleza estética, sin esa capacidad de abstracción, y alejada totalmente del planteamiento de Hegel de ser una representación del espíritu, pero sobre todo, convertida en un producto de consumo masivo, no puede considerarse arte. Pero, desde un replanteamiento de su función estética a su función política, diremos que la finalidad del arte no puede ser únicamente la fetichización del objeto que transmite una ideología dominante y se reafirma con la posesión de determinados capitales, como el económico, el cultural y el simbólico.

Marcuse aclara que la estética del arte es algo que no debe negarse de forma absoluta para acercarse a una función política, ya que pueden existir formas nuevas de abarcar la realidad desde el arte, desde su comprensión:

Creo que la auténtica vanguardia de hoy en día no está compuesta por quienes intentan producir desesperadamente la ausencia de Forma y la unión con la vida real, sino por aquellos que no retroceden ante las exigencias de la Forma, aquellos que hallen una nueva palabra, imagen o sonido que sea capaz de “abarcar” la realidad de la manera en que sólo el arte puede comprenderla—y negarla. (Marcuse, 2014, pág. 6)

Justamente, contra esta función estética aparecen nuevas corrientes artísticas que cuestionan esta finalidad en la producción artística, tales como los “artistas de vanguardia”. Ellos critican la tendencia clásica de reproducir lo que sucede en la realidad de manera pragmática para obtener cierto conocimiento a través de una apropiación indirecta del objeto como una representación o simulacro de la realidad. Obteniendo únicamente de manera directa, el placer estético que genera este simulacro. (Echeverría, 2014)

Contra esta supuesta apropiación cognoscitiva, los artistas de vanguardia proponen una nueva definición de la esencia del arte, ahora vinculada a la concepción de la fiesta. Esta acción festiva es una catarsis indispensable para la construcción normada y regularizada de la vida cotidiana, que favorece el apareamiento de un momento imaginario de destreatralización o de romper las reglas para aflorar aquello que se encuentra usualmente regulado por el sistema.

Es como definir al arte desde una lógica vanguardista más adecuada para su producción: la libertad: “La existencia festiva reactualiza miméticamente y de manera enfática y concentrada el fundamento mismo del modo peculiar del ser humano, esto es, la libertad, la capacidad de crear órdenes necesarios a partir de la nuda contingencia” (Echeverría, 2014, pág., 11)

Esta libertad ya no sigue los cánones prototípicos que se promulgan desde la estética clásica porque proponen nuevas apreciaciones de la realidad, y sobre todo, plantean una crítica a los valores de la modernidad que aparecen a la par del movimiento comunista en busca de transformar los ideales de la sociedad burguesa y el pensamiento moderno.

Para entender esta propuesta, Echeverría analiza como el campo festivo o imaginario, propuesto desde la corriente vanguardista, es la clave para acceder a un proceso revolucionario, a una transformación de las formas y las relaciones en el campo real de la vida cotidiana, la anhelada revolución impulsada por el quiebre que propone el arte.

Evidentemente la industrialización de la obra de arte es una alternativa para deslegitimar ciertos valores elitistas del consumo artístico y acercar toda producción al ámbito de la cotidianidad, pero no como una ruptura de entretenimiento a su rutina, sino como la

propuesta de un imaginario que rompe los parámetros establecidos y propone una existencia distinta, crea un escenario nuevo donde no se ponen en juego los valores de la identificación occidental básica y civilizatoria. (Echeverría, 2014)

De esta forma, al aceptar a la obra de arte desde su reproductibilidad técnica y su producción ritual original, se puede divagar entorno a dos polos que se contradicen: la obra de arte como una producción única reflejo del espíritu que satisface los sentidos, o la obra de arte alejada de los cánones artísticos de la belleza que busca irrumpir en la lógica sistémica para crear un quiebre. En este sentido cabe preguntarse si, ¿el arte es algo que sucede fuera de la vida real o es aquella que se inmiscuye en cada esquina de la vida porque es parte de ella?

Ante esta dualidad, el planteamiento de Marcuse es bastante acertado al afirmar que el arte tiene una función antagónica en la sociedad y existe de manera real o sublimada según la ideología a la que responda:

Como parte de la cultura *establecida*, el arte es *afirmativo* puesto que respalda esa cultura; pero en tanto *alienación* respecto de la realidad establecida, el Arte es una fuerza *negativa*. La *historia del Arte* puede ser entendida como la *armonización de este antagonismo*. (Marcuse, 2014, pág. 3)

El arte puede considerarse negativa, justamente porque más allá de las transformaciones que experimenta debido a la reproductibilidad masiva o a las técnicas anti-estéticas, es la forma lo que determina la exclusividad del discurso que se transmite a través de ella: no únicamente la forma de decir, sino descubrir todo aquello que no es dicho de manera directa, todo lo que la obra calla y lo que las personas pueden ver según cada uno de sus contextos desde su cotidianidad.

Aunque Marcuse no rechaza del todo la propuesta de las tendencias vanguardistas de hacer del arte una creación que encaje en la vida real como hecho constitutivo, alejado de la sublimación y como ruptura significativa, él reconoce que aún no es posible



efectuar ese encaje, porque el mundo real no está hecho para ese campo de ilusión o imaginación que solo podría entender al arte cuando la sociedad alcance cierto grado de libertad mediante la revolución social.

El anti-arte de hoy está condenado a seguir siendo Arte, no importa cuánto pugne por ser “anti”. Incapaz de tender un puente en el vacío existente entre el Arte y la realidad, de escapar de la prisión de la Forma artística, la rebelión contra la “forma” sólo triunfa a expensas de la calidad artística. Es una destrucción ilusoria, una ilusoria superación de la alienación. (Marcuse, 2014, pág. 5)

El hecho es que grandes fracciones de la sociedad, no pueden apreciar el arte más allá de las categorías estéticas pre-concebidas, los discursos ideológicos o la publicidad, ello porque se nos ha acostumbrado a entender que éstas producciones solo pueden existir en ciertos espacios de fuga, donde la libertad y la estética son aceptadas como espacio de regocijo antes de volver a la rutina de la cotidianidad, porque la belleza no es una opción cotidiana debido al injusto sistema social donde vivimos.

Sin embargo, la propuesta vanguardista plantea que la belleza del arte no puede ser entendida como una propiedad exclusiva de ciertos objetos artísticos o ciertos espacios; el arte debe encontrarse en los modos de existencia de los seres vivos en una sociedad libre, es decir, hacer del arte una forma de realidad. (Marcuse, 2014) De lo contrario, solo nos enfrentamos al arte convertido en mercancía, ante la cual tendremos acceso según el capital económico disponible y las nuevas formas de reproducción masiva con su respectivo discurso ideológico. Éstas solo reafirman que la práctica social y sus manifestaciones, son necesarias para mantener el statu quo de orden y caos. Es así como el arte desde la producción tradicional aurática, así como desde su reproductibilidad masiva debe proponer a los sujetos una nueva forma de habitar el mundo, de cuestionar sus prácticas y fomentar el pensamiento crítico.

### **1.2.2 La obra de arte como producción mercantil**

Hasta el momento hemos analizado cómo el arte ha sido separado del mundo de la vida real, para idealizarlo y sublimarlo al campo del espíritu, asignándole características que la han fetichizado hasta convertirlo en un objeto capaz de regocijar a alguien por el solo hecho de existir como obra de arte. Es decir, una obra autónoma, alejada de las condiciones sociales y materiales ya que pertenece únicamente al mundo del espíritu. Sin embargo, un análisis más pertinente requiere entender cuáles son las condiciones sociales de su producción, su entramado político, social, pero sobretudo, entender que más allá de la ideología, desempeña una función específica en el campo económico.

Nestor García Canclini se propone demostrar cuáles son los entramados sociales que hacen que un objeto sea determinado como artístico y cuál no. Tales apreciaciones son estipuladas por un sistema de convenciones, que a través de la distribución de funciones sociales establece, para cada cultura y grupo social, las características que determinan los objetos que serán instrumentalizados o estetizados. (Canclini, 1977)

Esto significa que cada consumo artístico o cultural es el producto de una convención social y claro está, es bastante entendible que la burguesía establezca patrones para el consumo de su clase social, haciéndolos más accesibles a las producciones artísticas, ya que incluso cuentan con la transmisión de capital cultural adecuado para este fin. Como diría Galeano: Los niños ricos serán tratados como dinero para que se acostumbren a serlo. (Galeano, 2003)

En tal sentido, se explica cómo Bourdieu entiende que el capital cultural es transmitido de manera directa pero sobre todo de forma indirecta, ya que se lo aprehende inconscientemente al estar incorporado en la familia y sus prácticas, reconocida como la primera institución social de acumulación cultural; después mediante la institución educativa que se encarga de transmitir los valores sociales culturales, pues este es el estado institucionalizado del capital cultural. Éste capital puede encontrarse en dos estados más: incorporado y objetivado. El estado incorporado trata sobre todo el

conocimiento cultural al que una persona puede acceder debido al tiempo que dedica para este fin, mientras que el estado objetivado del capital cultural son los bienes culturales, hablamos de toda producción científica y cultural. (Bourdieu, 2014)

Esto explica cómo ciertos objetos pueden ser percibidos como arte para un determinado grupo social y otros no, todo depende del contexto social donde se ha transmitido el capital cultural, así mismo se pueden producir cambios e integrar nuevas concepciones de apreciación y consumo.

La distinción entre las obras de arte y los demás objetos, y la especificación de la actitud estética adecuada para percibir “lo artístico”, son el resultado de convenciones relativamente arbitrarias, cuya única “legitimidad” está dada por las necesidades del sistema de producción y reproducción de las actitudes consagradas como estéticas por la educación. (Canclini, 1977, pág.23)

Aunque lo más importante de la producción artística es que no está únicamente dada por el hecho de la apreciación que se pueda hacer de ella, también es necesario analizar las condiciones sociales en la cual ha sido elaborada, lo que implica reconocer que el arte está necesariamente vinculado a la estructura económica de una sociedad.

Según la teoría del marxismo, la sociedad está compuesta por una estructura económica que determina la superestructura, conformada a su vez, por la estructura jurídico-política y la estructura ideológica o formas de conciencia social. El motivo para determinar este condicionante, es que la estructura económica incide sobre la organización del resto de instituciones, además que las relaciones sociales de producción determinan las formas de representación, los sistemas de ideas y los imaginarios que se producen en la sociedad. Por ello resulta imposible pensar que una obra de arte producida en el sistema capitalista no refleje esas condiciones de producción. (Mayo, 1985)

El arte no representa las relaciones de producción, las realiza. Y el modo de representación, de figuración, de composición, de filmación, como también el modo de percepción, es consecuencia del modo de producción del arte y varían con éste. (Canclini, 1977, pág. 39)

Durante mucho tiempo la sublimación del arte pretendió denotar una diferencia entre la vida cotidiana y el arte como un objeto alejado de la lógica de consumo y de todas las actividades rutinarias de la vida que no representa un acercamiento al espíritu, sin embargo, el consumo del arte siempre estuvo enmarcado en un proceso económico, mucho más ahora que el arte está inserto dentro de otras formas de socialización a través de su capacidad de reproductibilidad. Es así que la obra de arte supera su función estética, su forma sobre el contenido y su elitización al convertirse en una mercancía.

Bourdieu analiza este proceso cuando hace referencia al capital cultural en su estado objetivizado, el mismo que se define solo en la medida en que el capital cultural se haya incorporado en un sujeto y éste sea portador de un vasto conocimiento para producir y elaborar, tanto teorías científicas como arte, las mismas que al objetivizarse o convertirse en maquinaria, textos científicos, obras de arte, etc, pueden intercambiarse por otra forma de capital que es el capital económico. El capital cultural objetivizado se convierte en mercancía, incluso la misma persona se convierte en mercancía cuando el dueño de los instrumentos de producción busca apropiarse de la producción de un artista o científico o busca contratar al poseedor de ese capital subjetivado, al poseedor de ese conocimiento. (Bourdieu, 2014)

La industria cultural influye en el acceso y difusión del capital cultural objetivado, convertido en capital material simbólicamente activo. Entonces ¿Cómo puede el arte cumplir una función política si está integrada a la lógica del sistema capitalista? Para ello, es necesario analizar cómo funciona la producción de la obra. Nos remitiremos a Canclini cuando habla sobre los artistas plásticos, y especifica que ellos no producen su obra en torno a las necesidades de los espectadores, porque en muchos de los casos ni siquiera las conocen, sino que la producen en función de las exigencias del mercado o

del empresario. Lo mismo sucede con las artes aplicadas como el diseño o la publicidad, que además de satisfacer las demandas del empresario, deben producir mensajes con la finalidad de generar nuevas necesidades artificiales en los espectadores.

En el arte para las élites la ilusión de que aún existe un “mundo del espíritu” ajeno a las determinaciones materiales o a un área lúdica en la que las conductas y los objetos exhiben el poder adquisitivo y la capacidad de ocio: en el arte para las masas debe crear los símbolos y las formas que, asociados a los productos que se desea vender, generen simultáneamente la ilusión de necesidad y la satisfacción sustitutiva de aquellas carencias básicas que el sistema cubre insuficientemente (seguridad, prosperidad, placer sexual, etc. ). (Canclini, 1977, pág. 42)

En este sentido, la obra de arte trastocada en producto cultural cumple la función de regular y mantener ciertas conductas culturales para conservar una función ideológica, además de la función económica, pero en el campo de la representación existe un gran abismo para definir la función política del arte.

Mencionemos por ejemplo la obra de Oswaldo Guayasamin como una presentación de las contradicciones sociales, la explotación y discriminación al indígena, y otros temas sociales que evidencian las problemáticas del Ecuador. Así también habrá pintores como Luigui Stornaiolo que representan una crítica a las relaciones urbanas con cada uno de sus abismos. Para Canclini (1977) el éxito de una función política del arte, de un arte revolucionario, no está únicamente en esta representación de la realidad, sino en la forma cómo ésta producción se pone al servicio de las luchas populares y en la capacidad de imaginar actos que la superen la realidad; las propuestas vanguardistas del arte generan esta ruptura que permite crear nuevos imaginarios. Ahora es momento de analizar los procesos de mediación que se producen en torno a estos productos culturales.

### **1.2.3 Arte: Un lenguaje de múltiples interpretaciones**

El proceso de comunicación que se genera a partir de una obra de arte, se basa en el análisis de la perspectiva idealista del arte y la función ideológica que ejerce, así encontramos que el proceso de comunicación que se realiza durante la exhibición de una obra responde a un modelo de comunicación lineal y dominante desde el mismo instante de la creación de la obra: el artista utilizaba al mundo como su modelo para obtener de él una representación y mostrarla a cierto público o espectador pasivo. La obra que se muestra es una obra final, completamente lista para su exhibición. Mostrar una obra completa (tanto en su producción como en el sentido que trasmite) implica que ya no hay nada que hacer ni decir sobre ella porque está lista, porque es perfecta y no precisa nada más; por ello no se cuestiona su contenido, su técnica, su forma, en fin, nada. Una obra terminada no da pie a cuestionamientos por ello es una comunicación lineal y pasiva, hecho que implica que la obra de arte se asemeje a un mensaje hegemónico donde la retroalimentación es nula y la relación es jerárquica porque determina quién puede emitir a través del arte y quién solo puede observar.

Es así como la obra de arte tradicional idealista y romántica pretende que la obra tenga como fin la contemplación atenta por ser una muestra materializada del espíritu, pero resulta que con la industrialización y reproducción masiva de las obras de arte se produce otro tipo de recepción: la percepción gestáltica o percepción desatenta. Esta propuesta niega que sólo se pueda conseguir un verdadero entendimiento o interpretación de la obra de través de la contemplación y reconoce que hay otros tipos de recepciones menos atentas, pero con mayor incidencia debido a detalles inconscientes que se interpretan en este proceso.

En esta misma línea, el aporte de la corriente artística de vanguardia, también ofrece una alternativa sobre la recepción de la obra de arte, sobre la imagen. Ésta debe tener la finalidad de mostrar el mundo de otra forma, una opción que invite a cuestionar la realidad e imaginar una nueva. Así, lo que presenta el autor es tan solo una propuesta de su interpretación, que a su vez, puede ser interpretada de diversas formas por nuevos espectadores. “Está hecha para quedar siempre “inconclusa”, pues este último, que es

quien en verdad la completa, nunca termina de ser un receptor diferente.” (Echeverría, 2014, pág.3)

De ahí que la presencia del espectador no sea únicamente una opción ante la obra de arte, sino que se convierta en una necesidad que valide la existencia de la misma, debido a todo el conjunto de actos psíquicos y perceptivos que el sujeto pone en juego cuando la observa. (Amount, 1992)

También es necesario reconocer que la imagen ejerce sobre el espectador la posibilidad de reafirmar su relación con el mundo visual. Por ello Gombrich habla de una inversión psicológica de la imagen que se da entre el reconocimiento y la rememoración. Hechos por los cuales el espectador es participante emocional y cognitivamente activo de la imagen.

Por ello dentro de las funciones de un espectador se establece que no hay miradas inocentes, porque desde el mismo instante en el que observamos una obra o una imagen ya tenemos una hipótesis sobre lo que veremos, la misma que se comprueba o se rechaza. Existe un sistema que estructura nuestras expectativas o hipótesis sobre una imagen: “Este sistema de expectativas es, a su vez, ampliamente informado por nuestro conocimiento previo del mundo y de las imágenes: en nuestra aprehensión de las imágenes, establecemos anticipaciones añadiendo ideas estereotipadas a nuestras percepciones.” (Amount, 1992, pág. 81)

En este sentido de funciones asignadas al espectador, existe una regla llamada “*la regla del etc.*”. Ésta explica cómo el sujeto que mira, siempre completa todo aquello que no está dicho en la imagen dentro de los esquemas perceptivos. Estos esquemas son la base de los diferentes estilos iconográficos, ante los cuales, el espectador utiliza todas las capacidades de su sistema visual para organizarlos según su percepción de la realidad. (Amount, 1992)

Con estas explicaciones podemos deducir que la obra de arte y el espectador se relacionan, se complementan, pero sobre todo, las múltiples interpretaciones que se pueden realizar a partir de una imagen u obra de arte, permite encajarla dentro de un sistema de códigos que podrían constituirla como un lenguaje.

Es así que, incluso se ha tratado de empatar los conceptos lingüísticos propuestos por Saussure, para comprender cómo puede funcionar el signo artístico. Sin embargo, una de las características fundamentales del signo lingüístico es la convención social que sostiene sus significados. Ocurre lo contrario con el signo artístico, compuesto por formas, colores, profundidades, tonos, materiales, etc. que determinan que el código artístico es la estructura misma de la percepción, ya que integra la cultura y la naturaleza, es decir, el lenguaje y la realidad en un mismo nivel: las formas percibidas. (Ventós, 2007)

Por tal razón, el significado y el significante se muestran relacionados entre sí en cualquier obra de arte, es la interpretación que al autor hace de la realidad a partir de la cual se pueden crear infinitas interpretaciones, mucho más cuando la obra se ha desmitificado al perder el aura y es accesible a múltiples públicos como efecto de su reproductibilidad técnica. Sin embargo, la reproducción o el consumo de los productos culturales, sólo cobra sentido real, cuando éste se dinamiza en las prácticas cotidianas de mediación.

### **1.3 La mediación cultural: un tema de identidades**

La comunicación en una sociedad se teje desde una matriz cultural, donde sus manifestaciones artísticas también configuran procesos de reconocimiento social que superan la característica determinante dada desde la Industria Cultural: el convertirse en una mercancía.

Es por ello que la comunicación en América Latina se ha transformado en un tema que implica el análisis cultural debido al reconocimiento de la diversidad en las prácticas sociales y culturales como consecuencia de los procesos históricos de conquista y de explotación, y que en la actualidad se proyectaron como nuevas relaciones sociales que articulan distintos procesos de consumo, re- significación cultural y mediación.

En esta búsqueda de re significaciones simbólicas, Monsiváis analiza cómo desde los inicios del siglo XIX, se producen grandes movimientos demográficos del campo hacia la ciudad en los países de América Latina. En el siglo XIX se pueden evidenciar tres



momentos determinantes: el primer momento durante los primeros 30 años del siglo, cuando el eje central eran las revoluciones y se mediaban a través de actividades como el teatro o el muralismo, las canciones y los salones de baile, convertidos en un espacio para visibilizar a los grupos excluidos, históricamente conquistados. El segundo momento fue la invención de la radio, que logra mediar la modernidad y la tradición conservando los valores de cada grupo social, y el tercer momento es al inicio de la década del 60, cuando se desarrolla la industria cultural y tanto la radio como la televisión promueven la homogeneización de los gustos y valores, mediante un creciente desarrollo tecnológico y la constante motivación al consumo.

Todos estos cambios requerían un análisis sobre aquello que se entendía como comunicación: “Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no solo de reconocimientos, sino de re-conocimiento”. (Barbero, 1987, pág. 10) Un tipo de reconocimiento necesario y real que se actualiza en las prácticas cotidianas de las personas a través de los símbolos que circulan en la vida diaria para marcar formas y contenidos que dibujan la identidad.

En esta línea de acción todas las teorías de comunicación se enfocan en la forma del mensaje o los efectos que produce sin embargo, no se muestra que la comunicación no es exclusiva a los medios masivos, ya que la gente tiene diversos contactos sociales en otros espacios como la calle, la familia o la escuela. ¿Qué sucede en cada lugar? Hay procesos de intercambio simbólico, compartir relatos, historias, conocimientos, anécdotas, gustos y preferencias musicales, asistir a un concierto, etc. son todas aquellas prácticas culturales que conforman el capital simbólico y cultural de las personas, el mismo que se pone en juego en aquellos espacios donde los medios masivos han tenido gran apertura como la televisión y la radio en el hogar, pero que sin la mediación social, la re apropiación y re significación de sus contenidos no tendría la importancia que se les ha dado a lo largo de la historia. Y fue así como la mediación se ha convertido en un tema indispensable para entender las dinámicas culturales:

(...) más que de medios es una cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de reconocimientos. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso entero de comunicación desde su *otro* lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tiene su lugar, el de la apropiación desde los usos. (Barbero, 1987, pág. 10)

### **1.3.1 Re-significación de lo popular a partir de las mediaciones**

El estudio de las mediaciones se desarrolla con relación a los cambios sociales producidos en los años 70 según lo que Mattelart denomina: Contrafascinación del poder (Mattelart, 1979). Una respuesta diferente a la omnisciencia del sistema capitalista donde se presentan las fisuras del sistema con la aparición de grupos con ideologías y propuestas diferentes, como las feministas o los ecologistas. El pensamiento que sostenía al sistema como una estructura e ideología infranqueable se derrumba cuando los grupos sociales históricamente dominados o excluidos toman una postura crítica en el proceso de decodificación de los mensajes que reciben, los re significan y muestran otra lógica en la producción de sentido que se origina desde sus prácticas cotidianas.

Esta propuesta supera la satanización de la Industria Cultural en cuanto plantea que lo popular es una nueva relación entre cultura y mercancía más allá del hecho de la alienación y la enajenación a partir de los productos culturales y la cultura de masas. Ante ello, ¿cómo definir lo popular?

Lo popular se configura entonces como “ese lugar” desde el que se hace posible históricamente abarcar y comprender el sentido que adquieren los procesos de comunicación, tanto los que desbordan lo nacional “por arriba”, es decir, los procesos- macro que involucra la puesta en funcionamientos de los satélites y las tecnologías de información, como los que desbordan “por abajo” desde la multiplicidad de formas de protesta “regionales”, locales, ligadas a la existencia negada pero viva de la heterogeneidad cultural. (Barbero, 2002, pág. 126)

Ciertamente esta aseveración nos aleja de la tendencia a comparar lo popular con lo marginal, o el pensamiento etnocentrista, que pauta marcadas diferencias sociales desde la cultura de masas. Lo popular se convierte entonces en un momento o espacio de re significación de sentidos en la cotidianidad de quienes conforman la sociedad, la misma que está marcada por una diversidad de mestizajes e hibridaciones que configuran la cultura urbana enmarcada en esta nueva definición de lo popular.

Existen tres premisas que nos acercan al presente concepto de lo popular, del cual es relevante insistir en su carácter diverso, ambiguo y conflictivo, sólo desde el idealismo de la cultura popular como manifestación pura y anhelable se puede invisibilizar sus conflictos internos, y suponer que las relaciones guardan estrecha armonía con sus prácticas. Para desmitificar este pensamiento es preciso recalcar que no existe una relación absolutamente horizontal dentro de la lógica popular.

De ello Barbero primero define lo popular como *memoria*: un tipo de memoria que no se basa en la nostalgia del pensamiento romántico e indigenista, sino en la resistencia ante el discurso que la niega históricamente; luego, lo *popular-masivo*: es la negación de la cultura popular cuando se intenta homogenizar, negar las diferencias, moldear los gustos; y tercero la *comunicación alternativa*: se convierte en la opción más adecuada para procesos comunicativos porque permite expresar de manera integral cómo se vinculan los medios de comunicación y las formas de percepción de los grupos según su memoria popular y el imaginario creado desde la cultura de masas.

Es así que “lo masivo constituye una nueva forma de socialidad” mediante el acceso a diversa información desde los medios masivos, así se desarrollan nuevas condiciones y relaciones sociales a través de los usos que se producen sobre dicha información. En este sentido Maffesoli propone a la socialidad como una fusión de la comunidad que se basa en la interacción táctil o *unión en punteado* que caracteriza estas relaciones indefinidas e indiferenciadas. Ya que ahora las redes de relaciones sociales no se establecen para alcanzar un objetivo en conjunto, sino que son conexiones esporádicas que reflejan la necesidad de relacionarse con el otro, por el mismo hecho de reconocernos en el otro, tanto en sus diferencias como en las semejanzas. (Maffesoli, 1990)

En efecto, el autor citado propone entender el concepto de socialidad en el marco etimológico de la estética, que se resume en la facultad de sentir o experimentar, en espacios de encuentros concretos, fluidos y convocados de manera puntual. Esto clarifica como en la sociedad de masas, que aparenta un absoluto individualismo, existe la necesidad de encuentro con el otro bajo lo que Scheler denomina “Teoría de la Identificación de la simpatía” (Maffesoli, 1990, pág. 139).

Esta teoría se relaciona con la idea festiva que propone la corriente vanguardista de arte, ello porque reconoce que la masificación social produce nuevas formas de relación en espacios de éxtasis muy específicos, pero que a su vez, definen las características de una época. Por ejemplo los conciertos, espacios donde hay una fusión de distintas personas que comparten significados mientras dura este momento de encuentro.

Así existen diversos lugares y espacios de encuentro que evidencian que la socialidad es una nueva forma de relacionarse:

La persona juega papeles, tanto en el interior de su actividad profesional, como en el seno de las tribus en las que participa. Como su traje de escena cambia, esta persona se dispondrá, según sus gustos (sexuales, culturales, religiosos o amistosos) a ocupar su lugar, cada día, en los distintos juegos del *theatrum mundi*. (Maffesoli, 1990, pág. 141)

De modo que cada persona sostiene distintos roles y personajes en cada espacio donde actúa según las especificaciones de encuentro: nunca será lo mismo asistir al trabajo, ir al parque, ir a un concierto, etc. Cada lugar requiere una actitud distinta y el tiempo de la masificación social expone una radical diferencia entre socialidad y lo social.

Sobre todo, entiéndase que *lo social* especifica que las personas cumplan roles determinados en la sociedad, por ello la asociación a un grupo era estable y buscaba una finalidad, como las organizaciones sindicales, estudiantiles, barriales. Frente a esta lógica, la masificación altera la estabilidad dentro de un mismo grupo y confiere múltiples alternativas de relacionarse en diversos grupos y situaciones.

Es por ello que también la comunicación necesita analizarse, he allí la importancia de diferenciar entre mediación y mediatización. Esta última denota una pauta entre medios de comunicación, emisores, perceptores y su forma de receptor la información. Mientras que la mediación es la respuesta a la mediatización de las instituciones, actores individuales y medios de comunicación en la vida cotidiana de las personas. Eco lo define como *apropiación*, una respuesta diferente a la recepción pasiva que planteaban con los primeros paradigmas comunicativos y que ahora es entendida desde los diferentes procesos que realizan los sujetos sociales, individualmente, o dentro de un colectivo, frente a los diferentes signos y discursos. (Abril, 1997)

### **1.3.2 La ruptura del lugar ¿Un problema para las mediaciones?**

Cuando Barbero se refiere a las mediaciones se enfoca en la vida cotidiana de las personas, en los espacios donde ellos interactúan y resignifican la información, así como en el consumo al cual están expuestos constantemente. Por ello rescata la importancia de lugares como el parque, la calle, el barrio... lugares donde las personas se mueven en una dinámica distinta a la que sostienen en el trabajo o en la escuela, porque son lugares de encuentro y reconocimiento.

Para dicho autor, uno de los principales lugares de mediación es el barrio: “definido desde dos coordenadas: el movimiento de dislocación espacial y social de la ciudad por la fuerza del “aluvión inmigratorio” y el movimiento de fermentación cultural y política de una nueva identidad de lo popular”. (Barbero, 1987, pág. 213)

El barrio, dice Barbero, es el lugar que permite la mediación entre el universo privado del hogar y el mundo público de la ciudad, un espacio de socialización distinto donde las personas pueden encontrarse y promover tejidos de relaciones sociales que construyen aún más su identidad, porque no es únicamente un lugar de paso, hay espacios determinados para la reunión de las personas: el parque, la casa comunal, la tienda de tal o cual vecino, etc. Cada uno representa una potencial posibilidad de interacción y comunicación, pues el barrio es mucho más que un conjunto de calles, es la separación

del tiempo de trabajo y del tiempo libre para las personas, incluso es el espacio para recuperar ciertas solidaridades perdidas cuando la gente de provincia llega a la ciudad, por ello se promueven nuevos lazos y nuevas formas de solidaridad social.

Podríamos decir que el barrio como tal, puede asemejarse a las características que Augé le da al lugar antropológico: identificatorios, relacionales e históricos, porque construye la identidad de quienes forman parte de él, aunque sean muy distintos; el hecho de compartir un mismo lugar produce ciertas determinaciones en las relaciones de coexistencia, también genera el reconocer ciertos rasgos comunes en la forma de actuar de ese grupo social. “En el mismo lugar pueden coexistir elementos distintos y singulares, ciertamente, pero de los cuales nada impide pensar ni las relaciones ni la identidad que les confiere la ocupación del lugar común”. (Augé, 2000, pág. 60)

Este lugar común está compuesto por características geométricas: itinerarios o caminos, encrucijadas y centros. Los caminos son los ejes que conducen hacia tal o cual lugar, establecidos según las necesidades de las personas; las encrucijadas son los espacios donde las personas se cruzan, se encuentran, se reúnen; y los centros o fronteras, que sirven para delimitar el espacio de reconocimiento de quienes habitan ese sector. Un ejemplo de esta descripción geométrica del lugar podemos hallarlo en el barrio de San Roque, en Quito: los ejes son las diferentes calles que conforman este espacio, el mercado es una encrucijada o lugar de encuentro de la gente del barrio y la plaza es el centro que determina la identidad de ese lugar, identidad que termina cuando otros centros o monumentos posicionan otros grupos.

En este sentido, cabe citar a Canclini (1999) cuando propone identificar al consumo como lugar de espacio de integración y comunicación que favorece la socialidad. Entendiendo al consumo como el conjunto de procesos socioculturales donde se realiza la apropiación y uso de los productos.

De esta manera, el barrio se circunscribe a la lógica de producción e intercambio de bienes culturales, donde coexisten diversos grupos sociales con distintos capitales que encuentran en este espacio un lugar de identificación y pertenencia. En este lugar, la

*fusión de la comunidad* (Maffesoli, 1990) favorece la comunicación, si consideramos al barrio como una de las tantas tribus que conforman la masa social.

Sin embargo, estos espacios de mediación, encuentro o diálogo se ven sumamente afectados debido a lo Marc Augé denomina *sobremodernidad*. Ésta determina como el tiempo actual se desarrolla en el marco de la individualidad y la absoluta inconciencia del tiempo presente como causa de la rapidez y acceso a la información. El sujeto se vuelve cada vez más alejado del pasado o del futuro por la incidencia del vivir en el ahora que se transforma vertiginosamente. También propone la existencia de una nueva forma de percibir y asimilar los espacios según la categoría del No- Lugar.

Justamente este espacio llamado no-lugar, hace referencia a las transformaciones culturales que enfrentan las sociedades a causa de la globalización, la misma que provoca un aparente acercamiento de las distancias y multiplicidad de las historias porque cada sujeto se reconoce de forma individual mas no en colectivo. Este pensamiento que se opone drásticamente al lugar antropológico donde las personas se relacionaban entre sí, inmersos en un tejido de sentidos y significaciones compartidas, que les permitía identificarse en un tiempo y espacio determinados reconociendo su identidad, como sucede en un barrio.

Contrario al lugar antropológico, actualmente se experimenta la generación de espacios donde nadie establece relaciones con otro sujeto, donde no es preciso el diálogo humano porque todo esta comunicado a través de letreros o anuncios. “La mediación que establece el vínculo de los individuos con los no lugares pasa por las palabras, por los textos.” (Augé, 2000, pág. 98)

Estas son las condiciones que caracterizan a estos nuevos lugares de paso o tránsito, donde los anónimos conviven sumidos en su soledad e impiden un proceso de mediación real, o al menos como lo plantea Barbero. A causa de esta individualización, sobreviene el consumo exagerado o el deseo de consumir lo globalmente establecido como estrategia de supervivencia. De esta forma todos son iguales por lo que consumen, aunque en distintas realidades por el capital que cada uno posea, de cualquier forma, lo

más peligroso es que si no hay conciencia del pasado ni del futuro a causa de la sostenerse únicamente en el presente, no hay historia que cuestionar.

En suma, es como si el espacio estuviese atrapado por el tiempo, como si no hubiera otra historia más que las noticias del día o de la víspera, como si cada historia individual agotara sus motivos, sus palabras y sus imágenes en el stock inagotable de una inacabable historia en el presente. (Augé, 2000, pág. 108)

Es un tiempo que ha convertido a la soledad y el miedo hacia el otro en la mejor estrategia para vivir sin importar lo que ocurre más allá de las necesidades y prioridades individuales. Y con la ayuda de la tecnología genera mundos ficticios de comunicación sin contacto real, de luchas y relaciones virtuales de consumo. Ya lo menciona Galeano, vivimos en una sociedad que nos ha enseñado a temerle al otro por ser diferente y ha convertido a las ciudades en desiertos donde cada uno vive su vida alejado del resto, en una total destrucción del sentido de comunidad. “Este modelo de desarrollo desarrolla el desvínculo.” (Galeano, 2003, pág. 282)

Contrario a esta temible individualización, Maffesoli propone analizar nuevas formas de socialidad, incluso en estos tiempos de aparente desvinculación social. Para este autor la experiencia del otro es fundamental para la constitución de la comunidad, aunque haya cambiado su forma, aún existen espacios de comunicación y encuentro, él los denomina *unión de punteado*, que si bien no implican la absoluta presencia del otro, crea espacios donde interactuamos a través del tacto o a través de intercambios por los cuales establecemos grupos esporádicos.

Esta propuesta contradice la absoluta individualización de la que habla Augé, porque no se puede negar la necesidad de la presencia del otro para la conformación del propio yo:

No existe, propiamente hablando, eso que se llama autosuficiencia, sino más bien una constante retroacción. Toda la vida mental nace de una



relación y de su juego de acciones y de retroacciones. Toda la lógica comunicacional o simbolista se funda en esto. (Maffesoli, 1990, pág. 136)

De esta manera, considerando que no es factible esa total individualización pero también reconociendo que la comunicación y la relación con el otro se ha alterado a causa de la globalización, las nuevas tecnologías y el consumismo, cabe recalcar la necesidad e importancia de la mediación cultural, porque ésta permite un verdadero diálogo que va desde lo privado hacia lo público, considerando que los cambios sociales proceden primero desde la vida privada (Touraine, 2007), y se representan dentro del grupo al que todos pertenecen por lazos históricos de exclusión, violencia social, nacionalidad, rasgos culturales, identidad, etc.

En este sentido, la calle se convierte en un espacio de encuentro, donde coinciden el trabajo y el juego de manera integral. Un espacio recupera el sentido de lo comunitario (Barbero, 1987) y supera la teoría del miedo de Galeano. También supera el consumo de soledad al reconocer la necesidad del otro para procesos de desarrollo integral de cada sujeto.

De este modo, al reconocer al barrio y la calle como una oportunidad encuentro frente a espacios aparente individualistas, es como si habláramos de una lucha entre lugar y no-lugar, entre mediaciones y aislamiento social sostenido en el consumo. Pero, ¿Consume la gente productos culturales en los no-lugares?

Absolutamente, de hecho, estos lugares de paso permiten grandes intercambios mercantiles, constantes y continuos, porque una vez que los productos culturales se han convertido en mercancías, éstos se encuentran en la lista de objetos de consumo cotidiano: música, cuadros, libros, funciones de teatro, conciertos, etc.

Sin embargo, la relación que se hace del consumo en los no-lugares como causa de la individualización del sujeto, no es del todo cierto. Es así que cuando Canclini define al consumo como un lugar, también define que en este espacio se comparten muchos

sentidos de identidad, así como usos de distinción reflejados en la adquisición de dichos productos, es decir: el consumo también es una forma de comunicación e integración.

Sirve destacar que, a pesar de la reproductibilidad técnica del arte, la masificación de ciertos productos, la pérdida del aura y la transformación del contenido estético del arte, hay ciertos objetos que aún guardan etiquetas para el consumo de un público determinado, ya no definido en tanto su capital económico únicamente, sino también en función de su capital cultural, sobre todo en función de este capital, que establece la distinción en el consumo de la sociedad de masas.

De esta forma se evidencia como los rezagos del pensamiento eurocentrista aún determinan el consumo: las representaciones del lugar propio, los imaginarios de pertenencia a ciertos grupos sociales y el espacio explícito para cada grupo social también suponen su incidencia en estos hechos.

Por ello, el no reconocerse en determinados espacios puede ser el motivo que impida el acceso a nuevos consumos culturales, así se explica a continuación: “Los orígenes del grupo son diversos, pero es la identidad del lugar la que lo funda, lo reúne, lo une” (Augé, 2000, pág. 51) Es así que ciertos espacios, como los museos o centros de arte, se constituyeron parte de la identidad de las clases burguesas.

En igual manera, existen otros espacios que identificados por el capital cultural, económico y simbólico de ciertos grupos élites, excluyen al común de la población que no se identifican con esas prácticas, ni esos consumos. Por ejemplo: el teatro.

Basados en esta problemática queda abierta una pregunta: ¿Cómo cambiar el imaginario que gira en torno a estos espacios para convertirlos en lugares de encuentro y mediación cultural?

## CAPÍTULO 2

### EL MUSEO: UNA INSTITUCIÓN QUE SE TRANSFORMA

#### 2.1 Recorrido y análisis histórico del museo

El museo ha enfrentado varios cambios desde su origen. Entre ellos, ha debido someterse a fuertes críticas transdisciplinarias que cuestionan su accionar en la sociedad, así como la forma de hacerlo. A pesar de esto, en ningún momento se ha negado la importancia de contar con un espacio que sirva para exponer, articular, resguardar y promover el patrimonio tangible, así como el intangible.

En este sentido, resulta indispensable revisar cómo el museo, que históricamente se ha caracterizado por ser el lugar que guarda y custodia el pensamiento específico de una época representado en sus producciones artística o científicas, se ha convertido en el lugar de encuentro que proponen las nuevas teorías museológicas.

Empecemos por analizar sus orígenes: según Angélica Núñez citando a Schaer, el museo apareció en los inicios del Renacimiento con espacios llamados *gabinetes de curiosidades*. Las primeras evidencias datan de 1550, cuando estos lugares eran destinados para la visita de grupos de aristócratas europeos, pues ellos podían comprar los curiosos objetos traídos de tierras lejanas por mercaderes.

El objetivo fundamental en estos espacios era exponer objetos que causen sorpresa, por lo mismo, también era un lugar de encuentro para eruditos que buscaban explicar estos fenómenos, de hecho, esto promovió un amplio desarrollo científico en dichos espacios.

Paralelamente a la aparición del *Gabinete de curiosidades* se desarrolló el inicio del coleccionismo, bajo la influencia neo-clasista. Esta actividad consistía –y aún consiste en la actualidad- en recopilar las obras de los autores famosos o con gran incidencia en la producción artística. Aunque acceder a estos objetos implicaba un alto costo económico, por ello esta actividad estuvo ligada netamente a grupos burgueses.

Para ilustrar de mejor manera esta condición del museo, citaremos a Francisca Hernández (1992), quien en su texto: “Evolución del concepto de museo”, hace un acercamiento a este espacio desde dos hechos históricos importantes: el Coleccionismo y la Ilustración.

Según ciertos datos históricos, el primer museo se creó después del saqueo de los Elamitas a Babilonia, donde consiguieron objetos valiosos que fueron utilizados para ser expuestos posteriormente. Esto marcó el inicio del Coleccionismo de las monarquías y las colecciones oficiales que se desarrollaron en países como Holanda y Gran Bretaña, dando paso a las colecciones privadas que iniciaron en América gracias al rápido ascenso económico.

El segundo momento histórico de relevancia es la Ilustración, etapa que termina con la Revolución Francesa y la creación de diferentes museos públicos constituidos a partir de colecciones artísticas y objetos de interés científico, que antes fueron de consumo privado; Museos como el Ashmolean Museum inaugurado en 1683 en Oxford que recogía colecciones privadas de historia natural, arqueología, etc., y el museo de Louvre, inaugurado en 1793 en Francia, fueron referentes para los museos de arte de toda Europa.

Con la revolución Francesa el museo toma una nueva perspectiva de divulgación pública gracias a la tutela del Estado. Es así, que durante los inicios del siglo XIX, los museos fueron considerados propiedad de cada nación y también de las primeras universidades, este hecho que permitió la división de las colecciones según distintas áreas del conocimiento.

Pero la especialización de la ciencia y las nuevas formas de reproducción de la época alejaron al museo de estos espacios académicos, y fueron los grupos intelectuales con mayor conocimiento en arte o ciencias, conjuntamente con el Estado como ente regulador, quienes quedaron al mando de estas producciones, convirtiendo a este espacio en un lugar de orgullo para cada nación.

Dicho orgullo, enaltecido por el pensamiento colonial y las concepciones de modernidad según su distinción entre centro y periferia, escribía la historia a costa del exterminio, dominación y abuso contra los pueblos, cuyos objetos eran exhibidos como un símbolo de poder.

Sin embargo, durante el siglo XX el museo empieza a evidenciar sus primeros cambios, aparecen exposiciones temporales, se construyen museos bajo las tendencias de arquitectura moderna y se da paso a nuevos artistas contemporáneos. Por ello, en 1934 se consolida el Comité Internacional para la Museología ICOFOM, que fortaleció el discurso museológico como la ciencia que estudia todo lo referente al museo.

Cabe señalar que, durante los años 70, el museo fue blanco de críticas desde diversas áreas del conocimiento. Se sostenía la necesidad de entender a la museología desde una perspectiva trans- disciplinar para convertirla en un espacio de intercambio y aprendizaje, por ello:

Lo analizaron desde diferentes perspectivas y coincidieron en que era necesario retomar este espacio como medio de comunicación para la democratización del conocimiento y del arte (...) la museología se desarrolla entonces con una perspectiva trans- disciplinar obedeciendo al sentido original del museo, con ella se comienzan a interpretar las conexiones entre los objetos y el conocimiento tal como en el *gabinete de curiosidades*, y a concebir el museo como un espacio que permite la interrelación de las cosas de la naturaleza y de la creación humana. (Núñez, 2006, pág. 186)

Pero, ¿Por qué las críticas se centraron en este espacio de aparente encuentro? La causa es que el museo desde sus inicios mostró fuertes inclinaciones hacia los grupos de élite de poder económico o intelectual. Por ese motivo las exposiciones se suscitaban para ciertos días de la semana, o para visitarlos, se necesitaba la autorización y

recomendación escrita de un personaje de la corte; de igual forma las exposiciones no contaban con recursos didácticos para un adecuado acercamiento del visitante a la obra, ya que únicamente existía un catálogo científico que no brindaba información accesible al público sino únicamente a expertos en el tema, convirtiendo a este espacio en un lugar sacralizado (Hernández, 1992), al que se acude por el simple placer de admirar, así lo definió Eugenio D'Orse.

Ahora que se ha detallado el recorrido histórico sobre el origen del museo, es necesario acercarse a la definición y funciones que fueron planteadas según el Consejo Internacional de Museos (ICOM), institución creada en 1946.

La definición aceptada mundialmente para precisar lo que significa el museo fue aprobada en la XXII Conferencia General del ICOM en Viena, donde se estableció que:

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo. (ICOM, 2013, párr. 2)

Con esta definición se incluye dentro del ámbito del museo nuevos objetos o espacios que no habían sido considerado antes: institutos de conservación, galerías, lugares naturales, así como también monumentos arqueológicos, etnográficos, naturales, jardines botánicos, zoológicos, vivarium, centros científicos y planetarios. Esto genera a su vez, una nueva dinámica de lo que se define apto para mostrar en un museo y compromete a este espacio, antes sacralizado, a un nuevo mercado y una nueva forma de consumo cultural. Esto se evidencia en las representaciones de obras de arte de venta al público, así como en la creación de parques temáticos con fines comerciales. (Hernández, 1992)

De esta manera, la idea histórica del museo con el *gabinete de curiosidades* se altera cuando la ciencia de la museología toma nuevos rumbos y nuevas propuestas en torno a

su función social. Aunque es preciso reconocer que, por un lado, hay quienes sostienen la necesidad de limitar esta ciencia a objetivos específicos enmarcados en la teoría propia de la museología; mientras que, desde otra perspectiva, se afirma que todo en la sociedad puede ser vinculado al museo, según Deloche, porque representa la forma cómo el sujeto y la sociedad construyen relaciones de producción cultural, haciendo del museo un medio de comunicación entre el ser humano y la realidad.

## **2.2 La museología y su vinculación social**

La museología es la ciencia encargada de estudiar los museos, sin embargo, algunos expertos del Comité Internacional para la Museología ICOFOM, afirman que no se la puede entender únicamente como la ciencia de los museos, ya que institucionalmente estos espacios no corresponden a una creación temprana en la historia de la humanidad- el *gabinete de curiosidades* no era un museo, al contrario, los museos son bastante nuevos con relación a otras instituciones.

Por ello, ésta es la definición que ofrece el ICOM, citando a Gregórova:

Museología es la ciencia que examina la relación específica del hombre con la realidad y consiste en la colección y la conservación consciente y sistemática y en la utilización científica, cultural y educativa de objetos animados, materiales, muebles (sobre todo tridimensionales) que documentan en desarrollo de la naturaleza y de la sociedad. (ICOM , 2010, pág. 58)

Bajo esta definición, la institución del museo comprende una acción educativa social amplia e incluyente, alejada de las concepciones elitistas de sus inicios, durante el Coleccionismo y el Iluminismo. Ya lo menciona Deloche cuando analiza a la museología como una conjunción entre teoría y práctica. Él sostiene que el valor ético del museo es una realidad en constante cambio, ya que no existe un marco establecido

para regular a todos los museos, pero en general, hay objetivos planteados según las necesidades específicas del contexto.

En tal sentido, las nuevas propuestas museológicas son una crítica a los valores y objetivos del museo tradicional. Estos valores ya no responden a las exigencias actuales ni a los cambios sociales, algunos ni siquiera reconocen que para muchas personas el museo ya no es visto como un santuario o un templo. (Hernández, 2006)

Para Francisca Hernández (2007), experta en el tema, la museología es la ciencia del patrimonio, que entiende al ser humano en perspectiva con su realidad. Ella cita a Desvallés al analizar teóricamente las dos corrientes que atraviesan el ámbito de la museología. La primera, conformada por grupos tradicionales, afirma que la museología se encarga de las actividades que giran en torno a la producción museística, es decir, principios y métodos del proceso de adquisición, conservación, investigación y exposición de los objetos; mientras que la segunda corriente propone a la museología como una ciencia integral que compromete a toda la sociedad, y es a partir de ello se establece lo que debe mostrarse o accionar desde el museo. A diferencia de la corriente tradicional, esta segunda corriente museológica, elabora el contenido del museo desde el acercamiento y análisis social para identificar quiénes somos y qué hacemos como comunidad; es un proceso que supera la práctica museográfica, entendida como el conjunto de técnicas desarrolladas para la práctica museal, relacionadas a la investigación, conservación, restauración, seguridad y exposición. (Desvallés & Mairesse, 2010)

Desde estas concepciones, hay dos nuevas posturas sobre el museo y su función social: la corriente tradicional, relacionada vinculada al patrimonio y su conservación y la segunda, que propone la creación de nuevos espacios museales relacionados al patrimonio material e inmaterial. Ésta segunda postura, afirma que las producciones culturales, materiales e inmateriales, además de los bienes muebles e inmuebles, deben ser incluidas en este campo museal, porque la capacidad del ser humano para vincularse con su entorno, también se basa en la necesidad de reconocerse y reconocer su



producción. Además, dichos planteamientos no pueden desvincularse de la categoría de lugar antropológico como espacio de reconocimiento y conformación del discurso.

A partir de la segunda postura de museología relacionada al patrimonio material e inmaterial, Hernández plantea una clasificación de los museos:

- **Museos de sitio:**

Son museos que se construyen desde su lugar de origen. Según el ICOM “Es un museo concebido y organizado para proteger un patrimonio natural y cultural, mueble e inmueble, conservado en su lugar de origen, allí donde este patrimonio ha sido creado o descubierto”

- **Presentaciones espectáculo:**

En estas exposiciones se busca que el visitante se integre en la muestra de manera significativa, asignándole acciones específicas dentro del montaje museográfico y convirtiéndolo en un *actor social*.

- **Museos científicos:**

Son museos que se han replanteado la idea de conservar objetos como única función, ahora buscan acercarse a las nuevas tecnologías para incidir en la visitas con reflexiones sobre temas de interés general. La integración de nuevas formas de comunicación y mayor lúdica permite que las personas puedan enriquecerse con propuestas educativas que potencien el aprendizaje.

En esta categoría de museo es cuando se empieza a tratar el término de biomuseología, como una necesidad coyuntural de adentrarse en la realidad y trascender la valoración de los objetos para reflexionar sobre los cambios que deben gestarse en la sociedad.

- **Centros culturales de arte:**

En el siglo XX, los museos y los centros de arte toman gran representatividad debido a la transformación de estos espacios. El centro de arte es una propuesta a

un nuevo espacio que muestra las producciones y expresiones del arte contemporáneo, por ello integra diversas expresiones artísticas: teatro, danza, música, arte digital, arte interactivo, net art, instalaciones multimedia, etc.

Es así que, en la XX asamblea del ICOM artículo II, se incluyó al centro de arte como otra forma de museo: “Los centros culturales que faciliten la conservación, la continuación y la gestión de bienes patrimoniales materiales e inmateriales (patrimonio vivo y actividades informáticas creativas). (Hernández, La Museología ante los retos del siglo XXI, 2007, pág. 14)

Por lo tanto, considerar a estos espacios como museos, es asignarle un nuevo sentido a este lugar, es integrar nuevos valores sociales que lo convierten en un sitio de aprendizaje y se aproximan a las propuestas de la Nueva Museología. Para ello, Peter Van Mensch enumera algunos criterios que son determinantes al considerar un nuevo museo:

- El desplazamiento de los objetos como base de estudio y exposición del museo, provoca que ahora el museo se entienda como un espacio dinamizador de la cultura que fomente el diálogo en la sociedad. Ya no es un espacio excluyente porque ahora el visitante cumple una función activa respecto al contenido de las obras que ahí se presentan.
- Históricamente la importancia del museo radicaba en la exposición de colecciones y objetos, significaba que todo el valor se hallaba en la muestra del objeto; sin embargo este nuevo museo presenta a los objetos como medio para significar. Es así como se convierte en un medio de comunicación que transmite tantos mensajes como lectores puedan leerlo. De esta manera la obra de arte solo puede ser concluida cuando las personas tienen acceso a ella, tal como lo propone la vanguardia artística.
- Maure define al museo como *el territorio del objeto*, la búsqueda consiste en resignificar ese objeto mediante la conceptualización temática, la cual brinda mayor interés al mensaje que se busca transmitir a través de él.

Según estas definiciones, el nuevo museo es producto de la investigación que se desarrolla en el área de la museología, sin embargo, este campo de estudio, se ha visto envuelto en una constante problemática para determinar si es, o no es, una ciencia.

En este sentido, aquellos que la suponen una ciencia, como Aura León (1978) afirman que la museología debe considerarse como una ciencia por su capacidad de expresar la realidad histórica de una sociedad mediante la explicación de diversos contenidos, además que está preparada para convertirse en la transmisora de métodos empíricos que en la dimensión práctica facilitarían el estudio del objeto de la museología, tanto en contenido como en su finalidad misma.

En el otro extremo, junto a aquellos que no consienten a la museología como una ciencia está Deloche, quien la niega por no tener un objeto de estudio determinado, ya que el museo como tal es una institución secundaria dentro de otros campos de estudio y praxis, como la historia o la geografía. Por ello, dicho autor cuestiona que su objeto de estudio sea el patrimonio o la documentación ya que existen ciencias dedicadas exclusivamente para este objeto.

Otro punto por el cual Deloche niega su carácter científico son sus métodos de gestión: conservación, investigación y comunicación. Para el autor, estas acciones solo representan funciones relacionadas a la acción museal, pero que no implican un mayor desarrollo gnoseológico.

Por último, también la cuestiona al entender que toda ciencia es un instrumento de previsión; por ende, si el museo junto a sus actividades de documentación sirve para tal fin, hablaríamos de una *metateoría* que estudia la filosofía del museo y busca comprender las modalidades concretas de dicha aplicación.

De cualquier manera y considerando estas posturas, Hernández afirma que los debates sobre si es una ciencia o no seguirán vigentes para muchos investigadores, aunque la autora se inclina por la caracterización que le han dado como una ciencia social y/o campo social de estudio. Esto reafirma a la museología como ciencia que se constituye a partir de diferentes ciencias sociales como la comunicación y la pedagogía, y que aportan a la construcción de un nuevo museo.

En este sentido, Aurora León define a la museología como una ciencia social porque permite la confrontación dialéctica entre el público y el museo. Además que todo el contenido que ahí se presenta forma parte de una dimensión social específica de una realidad histórica determinada.

De acuerdo con la interrelación del museo con otras ciencias es posible establecer un nuevo alcance de esta institución como medio de comunicación. Es así que, Peter Van Mensch determina el museo como el *territorio del objeto*, pero no como el espacio de exhibición únicamente, sino que, basado en las ideas de Huyssen sobre la importancia de la materialidad o presencia del objeto, pretende demostrar cómo en el museo se desarrolla una experiencia auténtica, contraria a la irrealidad de las imágenes que se proyectan en la televisión.

Justamente porque los objetos que se muestran en el museo no tienen la finalidad de ser expuestos o vendidos, tal como se publicitan en medios de comunicación tradicionales, sino que están cargados de un mensaje y un campo conceptual o temático que los dota de sentidos distintos, y a través de una correcta mediación, permite interpretaciones y posturas de reconocimiento.

De igual manera, Duncan Cameron propone considerar a la exposición museal como un sistema de comunicación que integra al diálogo en las nuevas propuestas museológicas. Así determina que:

En el museo la exposición como tal es el medio o emisor del mensaje que tiene sus propias reglas de ordenamiento de signos o *sintaxis*, (objetos, imágenes, palabras, sonidos, colores, texturas, etc.), especialmente lo que se refiere a la disposición de estos signos en el espacio, esta disposición obedece a un discurso y unos contenidos temáticos a comunicar que constituyen la *semántica* de la exposición en este proceso, y finalmente la *pragmática* se refiere al visitante quien, al recorrer la exposición recibe el mensaje, lo interpreta a partir de su propia experiencia y conocimiento, lo aplica a su situación actual con lo cual se hace efectivo el proceso de

comunicación. Cuando se habla de términos de interpretación se da la posibilidad de pasar del *monólogo al diálogo* ya que no se trata el mensaje como una verdad a develar, sino como un tema que puede ser interpretado de diversas formas según el público que lo reciba. (Núñez, 2006, pág. 189)

De esta forma, el museo puede considerarse como un espacio propicio para generar el diálogo, para promover espacios de reconocimiento, para incentivar la participación y la creación artística, así como impulsar proyectos sociales que vinculen a esta institución con la comunidad.

### **2.3 Nueva museología: otra ruta de mediación**

El museo tradicional ejerce procesos de comunicación unilateral, desprovistos de crítica y de participación social. Este hecho se evidencia al analizar sus funciones históricas básicas: adquirir, conservar, investigar y difundir. Las mismas que estaban a cargo del museólogo o conservador, quien era considerada la única persona capaz de interpretar y organizar cada uno de los objetos y colecciones que ahí se exhibían; dando lugar a una participación pasiva del visitante quien se limitaba a observar. Además, cabe recalcar que durante la época de la Ilustración, la visita a museos era considerada una actividad exclusiva para las clases burguesas o intelectuales.

No obstante, a partir de la segunda guerra mundial se afirman los cuestionamientos que formularán por primera vez las características de una museología alejada del positivismo propio de la corriente museológica tradicional, limitada exclusivamente a documentar la historia y enumerar las funciones del museo, así como al exacerbado interés sobre la preservación de los objetos, cuyo valor radicaba en su propia existencia, su material, su propietario y su historia, mas no en su vinculación social con la comunidad, por ello, la nueva museología apuesta a la resignificación del objeto desde el mensaje que trasmite superando su valor original e irremplazable.

Según Marc Maure, este nuevo museo es el espacio mediador entre los sujetos de una comunidad y sus representaciones culturales, tiene la finalidad de generar procesos educativos que promueven una postura crítica ante los fenómenos históricos o coyunturales, e incentiven cambios para mejorar las condiciones de vida de la comunidad.

Dicha transformación tuvo sus inicios en Francia de 1982 cuando se crea la Asociación de la Nueva Museología y la Experimentación Social (MNES) basada en un artículo de Desvallés llamado “La nueva Museología”. En el año de 1984 se crea el Movimiento Internacional por la Nueva Museología, que propone un tipo de museo social, interdisciplinario, con propuestas pedagógicas para que las personas puedan entender de manera crítica sus condiciones de vida. En este contexto, se privilegia al ecomuseo y se integra en esta conceptualización a los centros científicos, museos de sitio y a los museos de arte contemporáneo. (Hernández, 2006)

La propuesta del nuevo museo es una alternativa que reconoce los requerimientos de una sociedad en constante cambio, porque durante mucho tiempo este espacio estuvo aislado de la realidad y las necesidades sociales:

El museo se ha ido desarrollando al margen de las necesidades reales de la persona, sean estas sociales, culturales o económicas, y esto ha llevado a que una gran mayoría de la sociedad no se sienta atraída por su contenido, llegándole a ser indiferente su propia existencia o si posible desaparición. (Hernández, 2006, pág. 184)

Por ello, para Jorge Von Hauenschild, a las funciones tradicionales del museo, se deben agregar dos más: formación continua y evaluación. Solo de esta manera se podrá evidenciar cuán eficaz es el proceso educativo y comunicativo que debe funcionar en este espacio.

En este sentido, Francisca Hernández reconoce que aunque las primeras propuestas de un nuevo museo empezaron en los años 80, aún no se han desarrollado plenamente iniciativas para la socialización del conocimiento y democratización del arte, y, justamente, una de las principales características del nuevo museo, es que pueda

relacionarse con la comunidad. Por ello existe la necesidad espacial de contextualizar al museo en el lugar donde éste funciona, más allá de guardar colecciones provenientes de todo el mundo o cuidar valiosas obras históricas. Éste museo confirma la demanda de relacionarse con su contexto social, trabajar con los ciudadanos y hacerlos parte de las actividades museales.

Por lo tanto, el nuevo museo se convierte en una institución integradora, que convierte a las personas en partícipes de su gestión; para ello los capacita de manera informal en temas de investigación, conservación, documentación, colección y administración del patrimonio, a la par que analizan temas de interés general.

Aun así, Omar Andrango, comunicador social del Museo del Carmen Alto, explica que las personas de los barrios y demás organizaciones aún no logran apropiarse del nuevo discurso de los museos, aún no entienden que ese espacio es de la comunidad con la finalidad de generar momentos de encuentro y mediación.

Otra característica relevante en este nuevo museo es la organización interna y externa. Este espacio busca tener un mínimo grado de institucionalidad, y así contar con la apertura necesaria para realizar actividades requeridas por la comunidad. Debido a que el mismo hecho de la estructura del museo cobra un nuevo sentido, no se limita el accionar educativo dentro del edificio del museo, ahora se busca una apertura con el territorio y la comunidad que se encuentre cercana para promover el diálogo, además de incluir el reconocimiento del patrimonio material e inmaterial como una alternativa educativa. (Hernández, 2007)

De esta manera no hay lineamientos específicos o delimitados sobre las acciones a concretar con la comunidad, ya que ésta debe construirse a partir de la iniciativa colectiva en función de transformar imaginarios sociales para beneficio de la comunidad en general. Aunque estas acciones no podrían gestionarse si el museo o centro de arte guarda total dependencia financiera con los gobiernos de turno, esto podría comprometer el accionar artístico, ideológico y político de sus propuestas. Por ello se propone que este espacio tenga, en la medida de lo posible, diversas fuentes de financiamiento para lograr un nivel de independencia. (Hernández, 2007)

Ciertamente, el hecho fundamental es que el Nuevo Paradigma de la Museología permite pensar un museo integrador de prácticas culturales y producciones artísticas diversas. Para Trinidad Pérez, docente de la Universidad Andina, el concepto de museo contemporáneo se ha transformado debido al reconocimiento de múltiples identidades y su vinculación con la sociedad. De ahí la necesidad de cuestionarse sobre los requerimientos de la comunidad, sobre sus cuestionamientos o necesidades, y cómo el museo puede ser útil y aportar a resolverlas. (Pérez, 2014)

De hecho, podríamos pensar que uno de los problemas a los que se enfrenta la comunidad es la exclusión histórica que se practicaba en el museo tradicional. Dicho espacio se erigía desde un modelo monodisciplinar, excluyente de otras ciencias y otras formas de conocimiento, de esta manera mantenían la dualidad de la modernidad entre centro- periferia, y con ello la categorización de lo “bueno o malo”, lo que es cultura o aquello que sólo es folklor.

Para Foucault el pensar en una sola forma de cultura es negar la alteridad, hecho que destruye toda comunicación. Este autor define que el pensar desde otros lugares no comunes permite la creación de la alteridad como un descentramiento cultural en lo cotidiano. (Contreras, 2000)

Respecto a esto, Trinidad Pérez explica que en la época contemporánea ya no se puede hablar de una sola cultura, sino de diversas culturas. Pues es de esta manera que se integran las diversas expresiones culturales sin discriminación, hecho que posibilita el diálogo y favorece el conocimiento.

Es así que pensar una museología popular y comunitaria dinamiza y propone nuevos actores sociales, que con base en el reconocimiento de su identidad, consiguen lo que Paulo Freire plantea como la dialoguicidad:

Comencemos por afirmar que solamente el hombre, como un ser que trabaja, que tiene un pensamiento-lenguaje, que actúa, y que es capaz de reflexionar, sobre sí mismo, y sobre su propia actividad, que de él se separa, solamente él, al alcanzar tales niveles, es un ser de praxis, un ser de relaciones en un mundo de relaciones. Su presencia en tal mundo,



presencia que es un *estar con*, comprende un permanente enfrentamiento con él. (Freire, 1991, pág. 41)

Este compromiso de una museología que se renueva y que integra nuevas ciencias como la pedagogía, psicología y comunicación permite generar la alteridad científica en la práctica social ya que la sociedad toma parte activa en procesos culturales.

Por ello, Hugues de Varine afirma que el museo debería ser considerado una de las herramientas más importantes para impulsar la transformación social ya que es un medio educativo. En la misma línea, Tolismav Sola propone la creación de un “museo de los puentes” como una representación de la comunicación y encuentro que resignifica al museo en todo sentido. (Hernández, 2006)

Para ejemplificar cómo el museo puede ser un agente de cambio en la sociedad mediante la promoción de nuevos espacios de diálogo, podemos analizar la propuesta de una de las exposiciones más importantes de arte contemporáneo en el mundo: Documenta 12.

Esta exposición se realiza cada cinco años en Kassel- Alemania y reúne las experiencias más importantes de arte contemporáneo a nivel mundial. En su edición del año 2007, el equipo del área educativa de esta muestra generó procesos de investigación educativa, experimentación en la mediación y proyectos de vinculación con los actores del contexto local.

Esto abrió un amplio espectro de análisis sobre la función de la mediación en un museo o centro de arte, evidenciando la necesidad de proponer guiones de trabajo regidos por la idea de procesos educativos experimentales que eliminen la idea tradicional de una visita guiada, es decir, entender la lógica de un nuevo museo.

Es por ello que, Carmen Mörsch, Directora del Institute for Art Education (IAE) de la Universidad de las Artes de Zúrich ZHdK (Suiza) y asesora e investigadora jefe del programa de educación de Documenta 12, analizó cómo esta exposición evidencia un giro en el campo educativo vinculado a la práctica artística.

Sucede que debido a la falta de recursos para sostener una muestra permanente de exposiciones artísticas con fines educativos, se propone esta exposición que utiliza

estrategias educativas experimentales para difundir diversos tipos de capital simbólico en públicos diversos. (Mörsch, 2014)

Esta vinculación del arte con nuevos públicos no se maneja desde la idea romántica de la inclusión, sino desde la participación mediante la recopilación de temas de interés para públicos locales o translocales, con la finalidad de vincularlos al arte desde su cotidianidad y sus necesidades.

En ese sentido, en el año 2007 se creó un proyecto alternativo de mediación artística denominado “Kilim Fillim”, cuya idea central era recopilar toda la información posible sobre la producción de telas y alfombras en la ciudad de Kassel, y así, elaborar un video cuyo eje transversal era el concepto de la migración y las formas artísticas que se producen en objetos tan comunes como una alfombra.

De esta manera se obtuvo importante información sobre las relaciones sociales que se establecen entorno a la producción de estas alfombras, según el grupo étnico del que provienen y la época en la que fueron elaboradas. En total se visitaron 12 personas distintas que comentaron las diversas conexiones culturales que se tejen en torno a este objeto, por ejemplo: la historia de esa cultura, la identidad, la memoria, la pérdida de oficios tradicionales a causa de la globalización, las ideas de confort, la pertenencia, la belleza y las nociones de hogar... todo esto entorno al uso de una alfombra. (Soezen, 2011)

Otra propuesta en la misma línea de captar nuevos públicos con fines educativos, fue la idea denominada “El salón de los refutados: siglo XIX”, en la cual se discutía sobre la crisis social laboral de las personas que perdieron sus empleos. En torno a ello se generaron espacios de debate, proyección de películas y obras de teatro, para concluir con un registro, elaborado por cada uno de los participantes mediante dibujos, sobre las rutinas y preocupaciones que los aquejan a causa del desempleo.

De ambos proyectos, podemos decir que, uno de los hechos más representativos es la capacidad que tienen para vincular diversos públicos, ya que todos los participantes tenían diferentes profesiones, edades y nacionalidades, pero compartían un mismo tema de interés que los incorpora en la producción de la mayor exposición de arte

contemporáneo, mostrando que el arte no es exclusivo para un grupo de personas y no tiene ningún limitante en las temáticas que trabaja.

Respecto a este tema, Nora Landkammer, mediadora y asistente de investigación en el Instituto de Educación de Arte, Universidad de las Artes de Zúrich y mediadora en Documenta 12, plantea que la función básica de la mediación es promover el diálogo como parte del giro educativo que se busca en los museos y centros de arte.

Con esto se observa la formación de nuevos públicos ya que se reconoce al arte como un tema de valor simbólico que atraviesa a todos los sectores sociales. A su vez, estas propuestas de mediación educativa son una crítica a los sistemas educativos neoliberales, por ello, en la última edición de Documenta 12 hubieron varios artistas que apostaron a la realización de obras según el formato experimental educativo, hecho que requiere de personas con propuestas alternativas para su exposición. (Landkammer, 2014)

Esto muestra que la mediación cumple un papel relevante en la configuración de nuevos imaginarios sobre la visita a un museo o centro de arte. Es así, como se ponen en juego diversos métodos y posturas de exposición, al punto de incluir nuevos profesionales de diversos campos de estudio para reconocer las diferencias y aportes que ofrece la transdisciplinariedad.

También hay ciertas características que deben sostenerse en todas las exposiciones, por ejemplo: no puede durar más de dos horas, el recorrido no debe ser pre- determinado, deben existir sitios para que la gente pueda sentarse y discutir, los mediadores deben tomar una postura, siempre deben apoyarse en diferentes formatos de exposición, deben existir foros de desarrollo e intercambio de ideas, así como la evaluación de la práctica individual de cada mediador.

Por ello, toda investigación en equipo debe ser socializada, se procura generar procesos de práctica reflexiva sujetos a la dinámica de investigación y acción para siempre buscar nuevas formas de exponer y mediar un tema.

En este sentido, Landkammer menciona una actividad que ha tenido resultados interesantes durante las exposiciones. Dicha actividad consiste en cambiar las reglas del

juego sobre quién tiene la posibilidad de analizar una obra de arte. Para ello se utiliza la lógica del juego “Quien quiere ser millonario”, entonces los niños son los únicos que pueden hablar y debatir sobre preguntas que están dispersas en toda la exposición, por otro lado, el mediador solo puede hablar cuando alguien solicite la opción de comodín.

Estos y otras propuestas de mediación son las que se han generado en países como Alemania. Demostrando que es necesario transformar el museo acorde a los planteamientos de la nueva museología y museología crítica, mediante procesos dinámicos, reflexivos y creativos que vinculen a los miembros de la sociedad en la producción artística; además de mostrar la potencialidad educativa que existe en los museos o centros de arte mediante una correcta mediación.

## **2.4 Nueva museología y museología crítica, un reto para los museos del Distrito Metropolitano de Quito**

Ciertamente la nueva museología tiene años de aplicación en diversos museos del mundo pero, según Omar Andrango, apenas hace 10 años se empezó a debatir esta temática en Quito, con la Fundación Museos de la Ciudad como gestor. Es así como surgió la necesidad de analizar estas nuevas propuestas museológicas para transformar al museo y convertirlo en un espacio de encuentro e interacción que supere a la galería de objetos. (Andrango, 2014)

Andrango afirma que, desde la Fundación Museos se busca entender a la cultura desde una concepción más antropológica. Esto significa incluir las diferentes prácticas sociales y ritualidades en un espacio de encuentro y diálogo; es así como la interacción constituye la base de esta nueva museología en lo que él denomina “espacios expositivos”.

En este camino, la Fundación Museos ha liderado transformaciones desde diferentes posturas teóricas, así también desde el campo investigativo, educativo, y recientemente, desde el ámbito comunicacional al reconocer la importancia de la mediación.

Bajo esta propuesta, son diversos los museos que se han integrado a este nuevo paradigma: Museo Interactivo de Ciencias (MIC), Museo del Agua Yaku, Museo de la Ciudad, Museo del Carmen Alto y el Centro de Arte Contemporáneo (CAC).

En cada uno de estos museos hay un tratamiento distinto de mediación, así lo comenta Andrango según sus apreciaciones y el trabajo realizado en el Museo de la Ciudad. Él comenta que hay un problema muy complejo que motiva constantemente a buscar alternativas más dinámicas dentro del espacio museal.

Esto se debe a que aún no se logra definir con plenitud si los museos son espacios de educación no formal o espacios de esparcimiento, aunque podrían ser una mezcla de los dos, es ahí cuando se habla del concepto de *entretenimiento educativo*.

Dicha conceptualización, provoca que el museo se enfrente a un gran reto respecto al tiempo de ocio, que desde la era Industrial ha sido considerado como tiempo improductivo, pero en la actualidad, debido al gran desarrollo tecnológico, se convierte en un tiempo constructivo: *ocio constructivo*. ¿Cómo hacer que la visita al museo sea un tiempo de ocio constructivo?

Para responder a esta pregunta es preciso cuestionarnos sobre la inversión de tiempo que realizan las personas en ciertas actividades, preguntarse cómo utilizan su tiempo de ocio. Entonces se hace evidente que muchas personas asisten al cine o a los estadios en su tiempo libre, pero ello implica un espectáculo al que el museo no puede aproximarse por razones económicas, pero que le obliga a reformular sus estrategias comunicativas, pedagógicas y museales para vincularse de manera afectiva a las personas, por ejemplo mediante la creación de actividades constructivas, actividades itinerantes, mediación comunitaria, etc. (Andrango, 2014)

Es por ello que una de las principales premisas de la nueva museología es vincularse a la comunidad y los desarrollar medios útiles para este fin. A pesar que estas características dependen específicamente de cada museo, por ejemplo: su definición de políticas de mediación y sus proyectos específicos con la comunidad.

De esta manera se muestra cuán importante es la redefinición del uso del espacio y sacar al museo de su edificación, ubicarlo en el barrio, en las plazas y en el espacio público en general. Esto es una alternativa para adaptarlo a las nuevas dinámicas sociales, que aunque no puede competir con las Industrias de entretenimiento, sí promueve un accionar distinto en la sociedad. Es decir, crear un museo activo y descentralizado que promueve la participación social en temas políticos, económicos y sociales dinamizados a través de prácticas artísticas comunitarias con una visión crítica.

Integrar a la propuesta del nuevo museo un manejo crítico de contenidos, que a su vez, funcionen como detonantes y fomenten el pensamiento crítico en la comunidad, significa dialogar entre diversos discursos y reconocer diferencias que enriquezcan la creación de proyectos en común, es decir, relacionar la nueva museología y museología crítica en la práctica museal.

Para ello, Peter Van Mensch especifica características de ambas corrientes museológicas: la Nueva Museología representa una dimensión comunitaria, hasta cierto punto una visión positiva del museo y su re significación social. Contraria a esta visión, la Museología Crítica presenta una imagen controvertida del museo, porque tal cual lo dice su nombre, ésta promueve un tipo de democracia cultural que fomenta la diversidad de lecturas y la integración de múltiples perspectivas para analizar los motivos del objeto o la muestra en el museo.

Vinculando ambas propuestas, se resume que tienen como objetivo final sobrepasar el objeto como tal y cuestionar las propuestas temáticas. También incentiva a desconfiar de los grandes relatos y a ofrecer mayor importancia a los metarrelatos de los diferentes grupos sociales. Esto refleja que la base de estos paradigmas consiste en promover el diálogo en un espacio de libertad.

Ante ello, Foucault determina que el museo puede entenderse como una construcción social y cultural que estudia la relación de las colecciones y exposiciones con el poder y el prestigio. Por ello Huyssen reconoce una clara conexión entre este paradigma y la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt, entendiendo al museo como una agencia de socialización de prácticas culturales, un agente cultural, un mediador cultural, o en otras

palabras, un medio de comunicación que no compite de manera regular con los medios masivos como la televisión, pero que está en la responsabilidad de generar aquellas experiencias que los otros medios masivos no pueden, por ejemplo: tocar, dialogar, construir, experimentar.

Frente a esta necesidad de generar experiencias, la Fundación Museos de la Ciudad, plantea que es sumamente importante que cada visitante pueda vivir una *experiencia significativa*; hecho que implica satisfacer sus necesidades de entretenimiento constructivo y crítico, además de generar una ruptura en su pensamiento para que cuestione lo que observa en el museo y así se promueva la investigación individual.

A partir de ello, el reto de los museos es vincular las nuevas tecnologías dentro de las prácticas museables para que la experiencia esté acorde a la nueva expectativa de las personas y así permita alcanzar procesos dinámicos, entretenidos, educativos y críticos. Aunque no a todas las personas gusta estas transformaciones, muchas de ellas no saben cómo actuar y se intensifican los polos de participación respecto a la mediación: muchos fijaron la idea del museo interactivo y quieren tocarlo todo y otros no entienden la idea de mediación cuando un guía los acompaña e intenta fomentar un diálogo.

Por ello, es preciso entender que cada museo tiene sus particularidades, por ejemplo, si una exposición de arte antiguo no puede tocarse, no implica continuar con el riguroso silencio ritual. El ejercicio de la mediación no es aceptado por todos ya que se han acostumbrado a tener un guía que informe sobre la exposición en una comunicación de tipo vertical.

Si bien la necesidad de transformar al museo se lleva a cabo de diversas formas en Quito, esta propuesta se enfrenta a la falta de audiencias preparadas para este cambio. Entonces, resulta indispensable que los museos asuman que no trabajan con mercancías, sino con el material simbólico de cada sujeto o grupo social, a partir del cual se pretende generar nuevos escenarios y posturas reflexivas ante la realidad. (Andrango, 2014)

De esta manera se evidencia que ninguno de los paradigmas museológicos se excluye, porque en la práctica museal de la ciudad existe la necesidad de utilizar diversos conceptos que articulen coherentemente el accionar del museo en la sociedad. Aunque

aún hay muchos conceptos, tanto de museología crítica como de nueva museología que aún no se aplican, es imperioso reconocer que se han dado grandes pasos para resignificar a este espacio cultural llamado museo.



## CAPÍTULO 3

### UNA MIRADA AL CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO

El Centro de Arte Contemporáneo ocupa actualmente el edificio donde tiempo atrás funcionaba el Hospital Militar. Antes que fuera reutilizado como espacio cultural, estuvo abandonado durante 20 años, tiempo en el cual un vecino jardinero se trasladó a vivir en ese edificio con toda su familiar, al igual que otras personas que ocuparon la planta alta del mismo; mientras que en otros sectores se instalaron mecánicas, espacios para jugar e incluso sirvió de vivienda para indigentes. A causa del aumento de la delincuencia en el sector como efecto de las supuestas dinámicas de microtráfico, los vecinos solicitaron al municipio la recuperación de dicha edificación para beneficio del sector.

De ello surgieron dos propuestas, la primera alternativa que se brinda a los vecinos es construir un taller para las personas privadas de libertad, pero ésta se rechazó de inmediato. La segunda propuesta fue restaurar el edificio a cargo del ya desaparecido Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural- FONSAL, para generar una gran exposición a propósito del bicentenario de la Independencia del Ecuador en el año 2009.

Es a partir de esta actividad que se decide crear este espacio y denominarlo Centro de Arte Contemporáneo, con la finalidad del ofrecer una alternativa cultural y crítica respecto a los procesos artísticos y dinámicas culturales que se generan en el Distrito Metropolitano de Quito.

Desde entonces, el CAC se ha convertido en un referente de mediación entre las personas y el arte a través de múltiples procesos reflexivos, participativos, incluyentes y críticos que se promueven gracias a la ardua investigación y diálogo entre diversos actores.

Pero, ¿qué es la Fundación Museos de la ciudad y cómo funciona? Dicha Fundación tiene como finalidad participar en los procesos de educación ciudadana, además del desarrollo y gestión cultural del Distrito Metropolitano de Quito. Estos procesos se

vinculan directamente a la actividad de los museos, entre ellos el Centro de Arte Contemporáneo.

El trabajo de la Fundación Museos de la Ciudad (FMC) se desarrolla desde nuevos paradigmas museológicos que resignifican el patrimonio social (histórico, científico, cultural y natural) en diversas prácticas y manifestaciones culturales que se construyen en la cotidianidad de las personas: cosmovisiones, costumbres, expresiones artísticas y bienes patrimoniales.

En este sentido, su trabajo se despliega a partir de tres líneas estratégicas: Producción Museística, Centro de Estudios Documentación y Archivo, y Gestión Cultural. La primera línea aborda toda la producción de prácticas culturales para ser expuestas de manera permanente o temporal según las temáticas, así como la acogida de prácticas culturales vivas, es decir, teatro, danza, performances. Con el Centro de Estudios hay un proceso de investigación museológica, museográfica y de curaduría que fortalece el crecimiento de un centro documental de imagen y palabras conjuntamente con la producción editorial. Mientras que, la tercera línea estratégica, la Gestión Cultural se encarga de la planificación, el monitoreo, la evaluación, la administración de finanzas, la comunicación, las relaciones estratégicas, las alianzas interinstitucionales y el asesoramiento museológico. (Fundación Museos de la Ciudad, 2014) En tal sentido, la FMC es el ente regulador de la red de museos de la ciudad del Distrito Metropolitano de Quito.

Dentro de este contexto, el Centro de Arte Contemporáneo es el único referente en ésta red de museos para el trabajo artístico y la socialización de estas prácticas. Hecho que le favorece al ser una edificación histórica recuperada, ya que ofrece un amplio espacio para montaje y exposición de diversas propuestas artísticas como teatro, música, pintura, danza, fotomontaje, en fin, el espacio permite y se adecua perfectamente para el trabajo artístico. Ello, gracias a que está organizado en cuatro pabellones frontales, así como galerías altas y bajas conectadas al espacio central del edificio, además de un auditorio con capacidad para 70 personas, salas educativas, un patio cubierto y amplio hall principal. También cuenta con estacionamiento para autos y bicicletas, guardianía,

cuatro patios interiores y una patio principal, además de la cafetería que está administrada por una vecina del barrio de San Juan.

Estas instalaciones sirven para el trabajo de distintos campos que se interrelacionan en el discurso de un nuevo museo y de nuevas funciones sociales respecto a la comunidad. Así lo comenta Alicia López, actual comunicadora del Centro de Arte Contemporáneo. Ella hace referencia a los espacios que no forman parte del CAC pero con quienes comparten la edificación, éstos son espacios colaborativos y de uso tecnológico como Diferencial Espacio, que gestiona actividades para fomentar la Cultura Digital en Ecuador e impulsa proyectos como: la Mediateca, que es un espacio especializado de gestión documental *copyleft*<sup>1</sup> que se encuentra en desarrollo; Yura, un software de gestión de contenidos que se aglutinará en la primera red municipal para generar y transmitir saberes y contenidos culturales a través de la dinámica web 3.0; Oficina Libre, un espacio de uso libre para todo público o usuario, que además permite el intercambio de experiencias y trabajo compartido, además de diversos talleres no formales sobre actividades vinculadas a la tecnología, arte y ciencia. Sin embargo, las áreas más importantes respecto a la mediación cultural en el Centro de Arte Contemporáneo son: área educativa, área de mediación y área de mediación comunitaria.

### **3.1 Área educativa**

Incorporar en el funcionamiento del museo un área específica para el desarrollo de estrategias y proyectos educativos también forma parte de las transformaciones de la Nueva Museología. En este sentido, Adriana Coloma, quien está a cargo del Área Educativa en el CAC, explica que el trabajo que realiza este departamento está a cargo de los técnicos educativos en coordinación con los mediadores.

---

<sup>1</sup> El *Copyleft* es una alternativa de trabajo digital, que promueve la creación de programas o aplicaciones digitales libres, es decir, sin derechos de autor, bajo la consideración que todas las versiones modificadas compartidas sean igualmente libres de autor; una construcción colaborativa.

Según A. Coloma, la mediación está inmersa en el proceso educativo y aunque es muy importante en la práctica museal cotidiana, no refleja de manera específica el enfoque educativo que actualmente buscan los museos. Esto se debe a la inmediatez de los recorridos con los cuales se intenta conocer todo el centro de arte en media hora, por ello, afirma A. Coloma, no se genera gran incidencia en los visitantes, así como tampoco se puede evaluar el proceso más allá de las bitácoras o interpretaciones breves.

De acuerdo a esta perspectiva, es preciso entender qué significa mediación en el contexto museal, para ello nos referimos al concepto acuñado por el Consejo Internacional de Museos- ICOM:

Desde hace más de una década, el término mediación (...) designa esencialmente toda una gama de intervenciones llevadas a cabo en el contexto museal, destinadas a establecer puentes entre lo que está expuesto (ver) y el significado que dichos objetos y sitios pueden revestir (saber). La mediación procura hacer compartir entre los visitantes las experiencias vividas en el momento de la sociabilidad de la visita, así como el surgimiento de referencias comunes. Se trata de una estrategia de comunicación de carácter educativo que moviliza, alrededor de las colecciones expuestas, diversas tecnologías y pone al alcance de los mismos los medios para comprender mejor la dimensión de las colecciones y participar de sus apropiaciones. (Desvallés & Mairesse, 2010, pág. 47)

A pesar que el CAC empata con esta definición y que ciertamente la mediación facilita el encuentro de los visitantes con las colecciones, ésta actividad no puede sostenerse más allá del momento de su duración, a menos que se desarrollen actividades paralelas o desprendidas a partir de la mediación, para proyectar el trabajo en espacios distintos donde la comunidad precise la colaboración del museo y se pretenda un proyecto educativo de mayor incidencia.

Continuando con la explicación de A. Coloma, ella comenta que la mediación en el CAC se organiza en recorridos donde los mediadores muestran una imagen más

amigable de lo que significa este espacio, debido a que muchas personas aún mantienen cierto rechazo al arte y mucho más al arte contemporáneo por los imaginarios que se han creado en torno a éste; motivo que se acrecienta cuando hay lugares como el CAC que no tienen una colección y los visitantes no saben lo que van a encontrar, es entonces donde la mediación juega un papel indispensable. (Coloma, 2014)

Además de promover un entorno más dinámico y amigable, la mediación tiene como objetivo generar que las personas puedan explorar significados y significantes a través de cuestionamientos sobre lo que observan en cada exposición o evento. Ya que para obtener una experiencia positiva y empatar el discurso de un nuevo museo a las prácticas cotidianas, es preciso que las personas puedan dar opiniones críticas sobre lo que observan y suprimir esas tendencias afirmativas ante cualquier obra, sólo por el hecho de estar en un lugar consagrado para estos fines artísticos. (Coloma, 2014) Y no es para menos, la práctica artística ha sido históricamente sublimada al espíritu, al punto de separarla de la cotidianidad y del supuesto entender común, sin embargo, como propone Carmen Mörsch, la mejor alternativa para vincular a nuevos públicos es alejarnos de la idea romántica de inclusión para trabajar sobre proyectos participativos donde la comunidad decida qué quiere hacer y por qué lo quiere hacer.

Aun así, todavía no se consigue tal nivel de ruptura crítica respecto al discurso que valida las obras en un Centro de Arte, ello porque son los mismos docentes o adultos que acompañan a los niños y adolescentes durante las exposiciones, quienes también mantienen una alta expectativa tradicional sobre el espacio, e imposibilitan nuevas lecturas y mediaciones. De ahí que trabajar con comunidades educativas resulta muy ambiguo por la insostenibilidad de la visita y porque se evidencia que las mediaciones no son el campo más fuerte del área educativa. (Coloma, 2014)

Esto, a pesar que desde la Fundación Museos de la Ciudad se habla de la *experiencia significativa* como un ejercicio constante que cuestiona la contemplación como única acción a realizarse en un museo. Entonces se propone al museo como un espacio de educación no formal, que mediante *experiencias significativas* transforma de cierta manera al visitante, quien no será el mismo al salir de ahí.

De todas maneras, Adriana Coloma no se apega al término ya que proviene de una visión optimista de los alcances reales que tiene un museo. Si bien es cierto que la línea teórica que atraviesa las propuestas educativas en el CAC es el Constructivismo, ella afirma que las prácticas del museo aún son muy cuestionables dentro del gran objetivo constructivista de transformar la sociedad.

Por este motivo, Coloma explica que dentro del ámbito educativo hay una fuerte línea de investigación que intenta dar forma a procesos educativos sostenibles, más duraderos y, por ende, con mayor incidencia en las personas que visitan el CAC. Sobre todo, porque al no ser un espacio de educación formal, sino de *educación en tiempo liberado*<sup>2</sup> debe existir un planteamiento distinto en el proceso de enseñanza-aprendizaje, como producto de la autonomía para que las personas decidan qué quieren hacer y qué no.

En este sentido, el trabajo más importante que se ha venido desarrollando hace tres años es el taller vacacional que tiene convocatoria abierta a todos los niños y niñas desde los 4 a 12 años de edad. Este taller vacacional dura un mes y medio, o dos meses, y cuenta con diversos cursos que se ponen a disposición de los niños para que cada lunes escojan cuáles serán las actividades que realizarán durante esa semana o si prefieren tener días de juego libre.

Las temáticas sobre los talleres nacen a partir de cuestionamientos o demandas emergentes, por ello es que en años anteriores las temáticas han sido: parkour, huerto orgánico, soberanía alimenticia y reciclaje. (Coloma, 2014)

Esto implica que cada taller sea dictado por personas distintas, pero para organizar el trabajo según una línea fundamental de respeto hacia los niños y niñas, se reúne a los talleristas un mes antes para compartir enfoques educativos desde autores como Montessori y Emmi Pikler. Es sumamente importante socializar esta necesidad de respeto hacia los niños ya que muchos talleristas tienen propuestas de trabajo muy interesantes pero llevan cargas educativas tradicionales, que a veces se reflejan en

---

<sup>2</sup> Se refiere a la posibilidad que las personas tienen de escoger cómo organizar su tiempo sin la presión institucional académica, laboral o familiar.

prácticas cotidianas de machismo, como por ejemplo el no permitir que un niño llore porque es hombre. (Coloma, 2014)

Es así como estos comportamientos evidencian a su vez otros problemas sociales, ya que al ser una convocatoria abierta acuden niños de todos los estratos sociales, con diversos problemas como mala alimentación o violencia intrafamiliar que provoca que los niños repliquen estas prácticas en el taller. Hecho que se hace visible en el trato que se dan unos con otros o en las temáticas que escogen para dramatizar o dibujar.

Para Coloma, estos casos de violencia son muy complejos de tratar, ya que al no ser una institución de educación formal no cuentan con los recursos para sostener un seguimiento, por ello, lo que hacen es alertar al Municipio para que a través de las instancias pertinentes se pueda dar seguimiento a dichas situaciones.

Debido a estas prácticas integrales de apoyo y respeto a la niñez, además de la calidad del taller, durante los siguientes vacacionales acudieron más niños del sector u otros sectores populares, que en muchos casos no podían costear el curso, así que se propuso trabajar con media beca o beca total. Esto significaba que muchos niños del sector dejaban de asistir a los vacacionales organizados por el barrio, y aunque los padres estaban de acuerdo, era preciso apoyar las prácticas y organizaciones comunitarias, entonces se invitó a los vecinos para capacitarlos en temas que aporten al desarrollo de sus vacacionales, por ejemplo: primeros auxilios, construcción de contenidos de malla programática, materiales y organización del tiempo, e incluso un taller de género. (Coloma, 2014)

Este hecho mostró la importancia de vincularse con la comunidad, y aunque aún no hay línea de acción clara, el trabajo realizado en Sala Local es lo más cercano entre educación, comunidad y mediación, ya que es un espacio expositivo no convencional que propone otros dinamismos para que la gente puede reunirse a discutir sus necesidades y proponer soluciones, es un espacio de diálogo.

En la experiencia de Sala Local se produjo un trabajo colectivo e integrador desde la intencionalidad de construir al espacio expositivo como un lugar público, de injerencia en procesos ciudadanos que supera el imaginario de la consagración artística. La primera

exposición de Sala Local fue la muestra sobre la recolección de la memoria del barrio San Juan y la segunda fue el resultado de los talleres con los jóvenes refugiados de la Fundación Ambiente y Sociedad (FAS).

También se han dictado talleres para fomentar el pensamiento crítico en prácticas comunitarias, así como talleres de museografía para que las personas puedan mostrar los proyectos que realizan, de hecho, la formación en museografía es uno de los principales ejes por donde Coloma asume debería ir el trabajo educativo y comunitario. Es así como su respectiva se relaciona con una característica fundamental de la Nueva museología: hacer a la comunidad partícipe de la gestión del museo capacitándoles en temas museológicos. (Hernández, 2006)

En la misma línea de trabajo, también cuentan con otro tipo actividades educativas, se dictan talleres de teatro, distintos tipos de danza, parkour, etc., sin embargo, Coloma afirma que esto no es suficiente porque al ser un espacio artístico contemporáneo, la gente espera que se ofrezcan actividades relacionadas a esta práctica. Por ello se propuso el taller de pintura dictado por Eduardo Villacís, quien enseña sobre técnica artística y, debido a la gran acogida, actualmente están buscando convenios para mantener este taller durante todo el año.

Otro proyecto de gran importancia es el Premio Nacional de Artes Mariano Aguilera, desarrollado por la Fundación Museos de la Ciudad a través del Centro de Arte Contemporáneo. Este proyecto tiene como principal objetivo fomentar procesos creativos y artísticos, así como divulgar las prácticas de arte contemporáneo en Ecuador, mediante una convocatoria pública.

Pero Adriana Coloma afirma que, dentro de la categoría llamada “El Premio Nuevo Mariano”, consiste en 10 becas para la producción de proyectos en categorías como: creación artística, investigación, curaduría, nuevas pedagogías del arte, edición y publicación, se ha evidenciado un alto nivel de desconocimiento sobre temas como: elaboración de un proyecto, armar un portafolio o reconocer cuál es el campo de trabajo real de cada postulante.



Por este motivo, María Rosa Jijón, coordinadora del CAC, ha inducido talleres para que los gestores culturales aprendan a organizar y postular sus proyectos, porque es imposible exigir cierta profesionalización en el área artística cuando aún no hay este referente en las universidades del país. (Coloma, 2014)

En este sentido, Coloma opina que es muy difícil generar cambios en el imaginario sobre el arte contemporáneo y el museo, ello porque aún hay ciertos grupos que se creen poseedores de esta práctica y consumo. Lo más importante sería reconocer que existe una diversidad de públicos e intereses para que de esa manera se pueda poner en jaque estrategias tradicionales de enseñanza y todo lo que conllevan, por eso los talleres que se ofrecen en este espacio deben ser distintos y ofrecer experiencias que incentiven un pensamiento propositivo y crítico.

En conclusión, ella reconoce que a pesar de todas las actividades que se realizan a través del área, hay una ausencia de sistematización y al no tener documentados todos estos procesos se pueden transformar cada vez que se intenten planificar de nuevo. Por ello insiste en la necesidad de empezar una sistematización que sirva de guía para un trabajo posterior.

### **3.2 Área de mediación**

Gabriela Cherrez está a cargo del Área de Mediación en el CAC. Ella comenta que el trabajo que se realiza en esta área se diferencia de los otros museos desde el mismo hecho de cambiar el nombre de guía por el de *mediador*. Esto significa que ya no hay un discurso o un guión preestablecido para cada exposición porque el objetivo es romper la distancia que existía históricamente entre la obra, el espectador y el mediador a través de un diálogo.

Por ello, la dinámica de las mediaciones es un campo que siempre está inconcluso, porque advierte la necesidad de renovarse constantemente con cada visitante, es decir, asumir las múltiples miradas posibles y las formas de interactuar con estas diversas

posturas. En este sentido, G. Cherrez comenta que para potenciar múltiples perspectivas de mediación se promueve que cada mediador tenga su propio proyecto, por el momento existen dos: un personaje fantasmal que cuenta la historia de la edificación del museo y el club del papel.

El primer proyecto sirve contar la historia de la edificación del museo desde sus orígenes cuando era el Hospital Militar, es un proyecto colectivo llamado “Recorrido de fantasmas”, que busca atraer públicos distintos de los que usualmente acuden a las exposiciones. Esta actividad consiste en una mediación teatralizada con efectos audiovisuales que permiten un acercamiento distinto al público y que a su vez convoca a nuevos públicos interesados en conocer sobre la historia del museo, así como aportar historias nuevas de sus abuelos y conocidos. (Cherrez, 2014)

De hecho, Cherrez comenta que en cada mediación, en cada encuentro con un nuevo público siempre hay cosas interesantes, incluso hay personas que no les interesa nada sobre la exposición, la obra o el artista, sino que van al lugar a comentar sobre su propia historia y sus recuerdos en relación al edificio, un hecho reincidente en cada “Recorrido de fantasmas”.

Situación semejante ocurre con el proyecto llamado “Club del papel”, un proyecto que se desarrolla todos los domingos con los visitantes que quieran participar de actividades creativas mediante el uso de un simple papel. Muchas veces estas actividades se vinculan con las exposiciones, siempre y cuando no sean forzadas, por ejemplo con la exposición de Nobody de Vinicio Bastidas a inicios del 2014, había ciertos tapetes que se asemejaban al papel mexicano y a partir de ellos se crearon modelos de ese tipo. (Cherrez, 2014)

Según Cherrez, siempre hay una constante invención de nuevas formas de mediar los procesos artísticos, mostrar otro tipo de relación con el espacio museal pero siempre en constante diálogo entre mediador y visitante, ya que ellos no comparten las “Estrategias de Desarrollo Visual” o más conocidas como VTS, que plantean la mediación como un momento en el cual solo el espectador tiene la palabra y el mediador espera silencioso hasta que se produzca la necesidad de analizar, interpretar o compartir lo que vive a

través de la obra. Es decir, el mediador no aporta más que guías para que el sujeto fomente su propio proceso de aprehensión.

A pesar de aquello, en el CAC el mediador tiene una intervención constante en cada actividad, anularlos no es una opción porque mientras existe mayor diálogo y debate es más factible generar procesos de conocimiento y reflexión.

En este sentido, tampoco consideran preciso que la evaluación sea una práctica inherente en cada exposición o evento, ya que no saben exactamente qué se debería evaluar al no ser un espacio formal ni aplicar las mismas propuestas pedagógicas. Pero esto no impide que después de cada evento se acerquen a las personas para obtener datos como: el medio por el cual se enteró del evento, si ha asistido a otros eventos o si conoce cómo funciona el lugar. (Cherrez, 2014)

Tras estas indagaciones se evidencia que hay una gran demanda por conocer la historia del edificio, por ello el Recorrido de Fantasma tuvo que readecuarse para que los niños también se integren, pero para ellos se crearon eventos con títeres; hecho que a su vez inició el taller de títeres para niños. Es así como cada conocimiento o taller nuevo impartido para los miembros del área de mediación, luego es socializado con el público mediante talleres, conferencias o charlas. (Cherrez, 2014)

A pesar de todas estas propuestas para transformar el imaginario sobre el museo a través de prácticas educativas, lúdicas y creativas, Gabriela Cherrez reconoce que aún hay grupos educativos que asisten al CAC para perder clases y sin ninguna incidencia real en su práctica académica. También existen ciertos colegios que llegan con más conocimientos y dudas porque reciben materias como Apreciación del Arte, lo cual los lleva a generar otras mediaciones a partir del interés del grupo. El hecho relevante es que de ninguna forma se pueden generalizar las prácticas dentro de un esquema, aunque intentan seguir una línea teórica desde Piaget y Carmen Mörsch, la premisa es experimentar todo el tiempo. (Cherrez, 2014)

Por ello, para incentivar a nuevos públicos educativos se está planificando un proyecto que lleve a los mediadores del CAC a los colegios para mostrar lo que ellos realizan y lo que la gente puede encontrar en este lugar. Esta idea surgió después de un proyecto

realizado el año 2013, cuando trabajaron con el grupo 60 y Piquito para conocer sus demandas y ofrecer talleres. Fue una sorpresa conocer que el grupo de adultos mayores también tenía otra propuesta para ellos, ésta consistía en una negociación en la que los adultos mayores dictaban talleres de tejido a las personas del CAC a cambio de los que ellos dictaban para el grupo 60 y Piquito.

Esto evidencia de cierta forma que aún hay una visión extensionista de las instituciones, creando lo que Paulo Freire denomina *Teoría Anti-dialógica*, es decir, la contradicción de la dialoguicidad como un hecho que permite el diálogo entre dos iguales, pero para reconocer al otro como tal es preciso descubrir que también tiene conocimiento válido para aportar en la puesta en común. (Freire, 1991) Tal como lo hicieron los adultos mayores del grupo 60 y Piquito, al no aceptar únicamente las propuestas de agentes externos sino que hicieron su propia negociación validando su ser, su experiencia y el aporte que eso representa.

De cualquier forma, la vinculación con la colectividad es un proceso lento que se compone de múltiples mediaciones y formas comunicacionales para crear un verdadero diálogo. De ahí que, es importante reconocer que la mayoría de los eventos que se realizan en el CAC son publicitados a través del internet y las redes sociales (Cherrez, 2014). Esto significaría que no hay procesos de comunicación dirigidos a públicos distintos que no cuentan con acceso a estos medios, reafirmando ciertas prácticas elitistas o excluyentes a pesar del cambio en procesos de mediación y la museología.

De igual forma que lo evidenció Adriana Coloma del Área Educativa, Gabriela Cherrez identifica que un gran problema es la falta de sistematización de las actividades, ella cree que ya es tiempo de sentarse a escribir lo que se ha realizado, de lo contrario, no hay evidencia del trabajo ni una ruta para analizar.

### 3.3 Área de mediación comunitaria

Después de la gran exposición sobre el Bicentenario realizada en el año 2009, el Centro de Arte Contemporáneo empezó a funcionar como un referente para el arte en Quito. Sin embargo, en el año 2011 se formularon cuestionamientos respecto a la función que tiene este espacio y el sector donde funciona.

Por ello, Samuel Fierro, quien actualmente dirige el área de Mediación Comunitaria, comenta que a causa de la restauración del edificio para convertirlo en patrimonio, se producen rupturas del uso cotidiano que tenían las personas del barrio cuando estuvo abandonado.

Ciertamente, volverlo un espacio artístico delimitó este espacio para el consumo de un grupo elitista, que histórica y supuestamente, son los únicos poseedores del capital cultural y simbólico que les permite entender la producción de arte contemporáneo.

Es así, que la gente común, la gente del barrio, cada uno desde sus diversos contextos, se desvinculó de estos procesos expositivos o artísticos. De hecho, se podría decir que el único momento que se vinculó realmente a la comunidad fue aquella exposición sobre el Bicentenario. (Fierro, 2014)

De esta manera, él nos explica cómo la necesidad de vincular al barrio, integra los cuestionamientos contemporáneos sobre el quehacer artístico. Es así, como la *emergencia de lo popular*, articula un discurso de permite crear el área de Mediación Comunitaria en el Centro de Arte Contemporáneo.

Por ello, Samuel Fierro expone las vertientes teóricas que sostienen esta imperante necesidad de mirar al arte desde otra perspectiva. De esta manera presenta las dos formas mediante las cuales el artista puede aproximarse a lo popular.

La primera consiste en *usar los insumos populares como instrumentos o representaciones* para discursar en el espacio contemporáneo. Es decir, utilizar sus elementos para resignificarlos en un espacio teórico, artístico y alejado de los verdaderos

discursos donde se generan esas producciones culturales. Y menciona como ejemplo de esta práctica a Miguel Alvear.<sup>3</sup>

Mientras que la segunda forma es denominada *Arte Activista*. Ésta propone que la mejor manera de acercarse a los sectores populares es mediante el diálogo, que a su vez permite una vinculación entre nuevos públicos, así como a la posibilidad de trabajar desde otros lenguajes.

A veces, este proceso no valida la producción artística de manera definitiva, ya que suele ocurrir que mediante la categorización intelectual, artística o académica se validan acciones mediocres. O, en el peor de los casos, que se dé un uso instrumental a las personas y se realicen actividades o eventos que no se sostienen en el tiempo, ni generan procesos críticos, ni debates, ni proponen acciones en beneficio real de la comunidad.

Fierro denomina a esta acción como la “Lógica del Helicóptero”, es decir, el artista llega desde arriba, arma su función, cuando termina recoge todo y se va. ¿Qué nos queda entonces? Nada, el recuerdo quizás.

Entonces, una vez formuladas las maneras de entender lo popular es preciso analizar cómo debe, o debería, entenderse al arte en este contexto.

---

<sup>3</sup> Artista visual, cineasta y promotor cultural. Estudió cine y televisión (IAD, 1985 -87) y arte (SFAI, 1984 -94) algunas de sus obras son: *Cine a contracorriente*, Centre de Cultura Contemporànea de Barcelona (2010); *Changing the Focus: Latin American Photography*, MOLAA, California (2010); *Pasado imperfecto*, lugar a dudas, Calí (2010); *Visionarios. Cine experimental en América Latina*, muestra itinerante (2009-2010), Festival de Cine Latinoamericano, Sydney (2009); Festival de Cine Latinoamericano de Sao Paulo (2009); Latin American Film Festival, American Film Institute, Washington DC (2009); Bienal de la Habana (2006). En el 2014 presentó el libro “Mecánica Popular”, que recoge 24 años de su trabajo artístico; el Centro de Arte Contemporáneo aportó para la publicación. (Centro Ecuatoriano de Arte Contemporáneo)

Samuel Fierro nos habla desde la propuesta de Bourriaud sobre las *Estéticas Relacionales*. Éstas replantean ciertas características que determinan al arte, por ejemplo: la forma o su conceptualización. De hecho, para este autor, la obra de arte es un elemento que permite la reunión de las personas en búsqueda de la discusión, del debate y el encuentro. Es decir que, más allá del hecho de convertirse en mercancía, o toda la carga semántica que puede guardar esa producción artística, lo más importante es la posibilidad que brinda de acercar y reunir a las personas.

En este sentido, el autor también cuestiona el tema del derecho al discurso, quién tiene derecho a hablar y en qué consiste la participación. Para ello, Fierro analiza los conceptos de las *Estéticas Relacionales* de Bourriaud, junto a la propuesta de Grant Kester sobre las *Estéticas Dialógicas* o *Arte Colaborativo*, que proponen un ejercicio de colaboración más horizontal, donde el artista no es el único con la posibilidad de hablar o proponer, por ello la cooperación comunitaria cumple un rol definitorio en la construcción del arte como encuentro.

Esto significa que cada proyecto cultural pueda representar una alternativa ante la deshumanización, presente en la modernidad, y la saturada percepción del espectador, como causa de la acelerada producción industrializada. Por este motivo, trabajar desde conceptos como arte colaborativo y estéticas dialógicas, permite sostener los proyectos a largo plazo gracias a la movilización de prácticas artesanales y las dinámicas de diálogo que a partir de ellas se instauran entre artista y comunidad. (Fierro, 2014)

Con lo dicho, ahora concierne determinar en qué consiste la participación, ya que hay una gran contradicción entre participación activa o participación meramente discursiva. Según Fierro, a pesar que la constitución garantiza la participación, hay estrategias que la convierten en un simulacro de acción, por ello ponerla en práctica es un reto que supera los discursos de inclusión. Hecho que se evidencia cuando las iniciativas se toman desde la lógica sistémica y la propuesta de participación no supera sus parámetros y funcionalismo ideológico es decir, que no tendrá mayor incidencia social que la que ellos permitan.

Así lo define Nora Sternfeld a partir de tres ejemplos sobre la participación: el primero es el cuestionamiento de la democratización del arte con fines ideológicos perversos. Como sucedió durante los años 20 en Alemania con la publicación de la revista “Arte para todos”, que cumplía la función de transmitir valores del nacionalismo, y antisemitismo reflejados en el arte, bajo la de “socializar”.

El segundo ejemplo es la postura de Antonio Gramsci, quien entiende a la participación como mero hecho transformista que funciona como un dispositivo de control para el sistema hegemónico. Es decir, el sistema controla todo, incluso quienes tienen derecho a protestar o participar, porque funciona como un colchón ortopédico: en el fondo está la parte suave de esponja y encima de ellos está una tela que recubre una tabla rígida. (Fierro, 2014)

Fierro explica que la sociedad está debajo de la esponja, la misma que representa el sistema educativo, religioso y artístico. Mientras que la hegemonía está encima de la tabla, por ello es que toda la resistencia que el pueblo genera será moldeable al sistema. Es decir, la flexibilidad del colchón -el sistema educativo y artístico- permite absorber las demandas de la sociedad mientras sostiene la ideología intocable. Situación perversa que ubica a las luchas sociales y toda la resistencia en un juego de poder, donde cada acción se resume en una estrategia psicológica y social para mantener el control (2014).

Ante esta falsa o parcial participación se erige el tercer ejemplo como una crítica realizada por Nora Sternfeld, quien afirma que no es suficiente que las personas formen parte de un proceso, sino que puedan participar en la creación del mismo. Por lo tanto, ¿cuánta participación real puede existir si las personas asisten a un lugar o a un evento donde todo está establecido de antemano?

Para esto, se utiliza la propuesta de Carmen Mörsch sobre las Reglas de Juego, es decir, cuestionarnos sobre quién establece las reglas y quién las obedece. Ante ello, propone que la participación sea un proceso dado desde el mismo instante de la creación del proyecto, de no hacerlo así, no es posible romper el esquema de poder que detentan ciertos grupos hegemónicos sobre las producciones artísticas y toda producción cultural en general.



El objetivo sería conseguir que la gente sea invitada a participar como críticos de las reglas del juego, o en el mejor de los casos, a proponer sus propios juegos. De esta manera los procesos artísticos y educativos no cumplirían una función transformista como menciona Gramsci, sino que se volverían procesos transformadores. (Fierro, 2014)

Es así que, un proceso transformador “cuestiona el canon institucional (...), las estrategias transformativas van un paso más delante pues apuntan no solo a analizar sino además a transformar las instituciones”. (Fierro, 2014)

Frente a estos cuestionamientos y soportes teóricos se sostiene la actividad que se realiza desde el área de Mediación Comunitaria. La base de muchas de sus prácticas es cuestionar los discursos de participación institucional que promueven un tipo de inclusión pasiva, desprovista de criticidad y reproductora del sistema hegemónico.

### **3.3.1 Proyecto “Re- conocer San Juan”: una experiencia de nueva museología**

Uno de los proyectos más importantes que se ha desarrollado desde el área de Mediación Comunitaria es el proyecto “Re-conocer San Juan”. Que fue el detonante para la creación del área de mediación comunitaria, que en sus inicios era llamada Gestión Social según la Fundación Museos de la Ciudad.

Gestión Social era una herramienta para cualquier situación de emergencia de un museo en un evento comunitario, donde se requerían juegos o dinámicas con las personas que asistían. Conjuntamente a esta necesidad se añade los cambios que vive el museo y su práctica social, es así que:

Considerando que dentro del marco Museológico y Patrimonial las culturas comunitarias urbanas han ocupado y ocupan un lugar rezagado - ya que, por un lado, su patrimonio es considerado apócrifo, y por el otro, existe una tendencia a reducir el patrimonio cultural a las manifestaciones “pintorescas”, prehispánicas e indígenas-; las manifestaciones y dinámicas culturales comunitarias urbanas si bien no guardan tal

monumentalidad histórica, sí representan dimensiones de un patrimonio socialmente significativo que descansa en otro tipo de bienes y usos sociales del mismo como: plazas, parques, sitios naturales recorridos urbanos, fiestas populares, historias, leyendas entre otros que actualmente se sostienen en la re conceptualización social del patrimonio, lo que nos obliga a reconsiderar el papel que el museo debe tener para el desarrollo de las sociedades latinoamericanas contemporáneas. (Fierro, 2014)

Estas nuevas tendencias museológicas, tanto de Nueva Museología como de Museología Crítica, articulan procesos diferentes dentro cada museo y sus especificidades, reconociendo la necesidad de una clara vinculación con la colectividad en función de fortalecer los procesos culturales y educativos que emprende la Fundación Museos de la Ciudad.

Por este motivo, mediación comunitaria sostiene su trabajo desde “Un proceso de diálogo e investigación que posibilita canales por los cuales distintos procesos comunitarios logran incidir, diseñar o transformar, a su favor, los programas y espacios de los museos.” (Fierro, 2014)

De esta forma, según Fierro, el área de Mediación Comunitaria trabaja en función de las siguientes políticas:

- INVESTIGACIÓN: Reconocimiento de las memorias y saberes comunitarios.
- EDUCACIÓN: Construcción e intercambio colectivo de conocimientos (pedagogías colectivas).
- ESPACIO PÚBLICO: Activación del espacio público como espacio de debate y reconocimiento de otredades invisibilizadas.
- REDES: Generar redes de trabajo sostenible a partir de las realidades, necesidades y aspiraciones comunitarias.

Entorno a esta lógica de trabajo se empieza el proyecto “Re- conocer San Juan”, Que en primera instancia estuvo a cargo de Alejandro Cevallos, actual coordinador de Mediación Comunitaria en la Fundación Museos.

Él lidera el acercamiento a los moradores del barrio para conseguir información sobre la cotidianidad de esa comunidad y sus necesidades respecto a la edificación que había sido recuperada gracias a la incidencia de muchos vecinos. Ya que ellos aportaron en el proceso de desalojo a las personas que ocuparon ese edificio, lo hicieron mediante constantes diálogos y propuestas, a pesar que a muchos ya los consideraban vecinos, pero reconocían que también había otros habitantes que incidían en la peligrosidad del barrio.

De esto, Ruth Gallegos, quien conforma la Asociación de Mujeres Emprendedoras del barrio de San Juan, recuerda que debido a la delincuencia, un grupo de vecinas decidió organizarse para solicitar la reutilización del edificio abandonado del Hospital Militar. Entonces, acudieron a varias instancias del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en donde hallaron una respuesta a su solicitud, sin embargo, un vez que estuvo todo listo, ellas solicitaron un espacio en esta edificación para poder realizar las reuniones del barrio pero lo único que recibieron fue una “mediagüita”, según dice Doña Ruth, que a pesar de no contar con todas las comodidades aceptaron, ya que lo consideraban un derecho por todo el trabajo que habían venido realizando en favor del barrio. Pero cierto día, bajo la orden del Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural-FONSAL, destruyeron ese lugar, ya que, supuestamente, desentonaba con el paisaje. (Gallegos, 2014)

Después de esto, ellas decidieron alejarse totalmente de cualquier situación que se relacione con la edificación y por ende, con el Centro de Arte Contemporáneo, hasta que llegó Alejandro Cevallos, quien activó procesos con “Habitar el Presente”, que es un grupo de arquitectos españoles, que dialogan con la gente de barrio para descubrir qué sucede alrededor del CAC; y con “Makea tu vida”, otro grupo de arquitectos que trabajan en estrategias de diseño participativo de un espacio abierto a la comunidad.

Esto desencadenó en una invitación para la apropiación del barrio y de la edificación del CAC. Es así que la Asociación de Mujeres Emprendedoras, con 15 años trabajando en favor de su comunidad, inicia la idea del huerto orgánico con el apoyo de CONQUITO y también se destinan espacios como la pista de parkour para el encuentro de los jóvenes. De este trabajo de investigación y diálogo se pudo organizar la exposición “Sala Local”, que recogía diversos archivos de relato y fotografías sobre el barrio del San Juan.

Estas acciones determinaron la necesidad de transformar Gestión Social para convertirlo en el área de Mediación Comunitaria. Durante este proceso, Samuel Fierro asume la dirección de este área a finales del año 2012 y continúa el proceso con la comunidad enfocado en temas de interés común que se formulan mediante el diálogo constante con las personas del lugar.

De ahí que, la pregunta que guiaba esos diversos encuentros fue, ¿Qué quieren las personas del barrio de San Juan? A lo que ellos respondieron claramente:

- a) Mural que hable sobre la seguridad del barrio y control de la basura.
- b) Descubrir a los talentos artísticos que viven en el barrio.
- c) Fortalecer las relaciones entre las diversas organizaciones del barrio.

Para responder a la primera necesidad, se planificó a nivel metodológico la recolección de bocetos con los dibujos que las personas sugerían para dicho mural. Aunque, Samuel Fierro reconoce que le causó mucha admiración lo que encontró en la recolección de estos bocetos respecto al imaginario del tema de seguridad: calles vacías con un patrullero vigilando el entorno. Ante esto, se organizaron encuentros con los vecinos para evidenciar que la vigilancia policial no es una alternativa ante la inseguridad, y que la mejor forma de combatirla es mediante la recuperación del espacio público, es decir, ocuparlos.

Y así, con este nuevo referente se hizo el mural, pero ahora el diseño consistía en una mano que rompía un muro y la recuperación de la organización social del barrio para

ocupar los espacios. De allí que el mural se convirtió en una invitación simbólica para la ocupación del espacio. (Fierro, 2014)

Se propuso un proyecto denominado “Juego de la Seguridad Cultural”, que consistía en recuperar las dinámicas del barrio para patrimoniar la cultura del lugar, ya que, justamente, el encuentro entre vecinos había sido parte orgánica de la cultural histórica del barrio.

Basados en recuperar esta identidad histórica de encuentro, se elabora el proyecto denominado Encuentro de saberes y sabores. De lo cual, Fierro afirma la primacía de la comida como un vinculante comunitario, hecho que se reiteró en cada uno de los encuentros que se realizaron en las “esquinas peligrosas”.

Así, Samuel Fierro relata cada uno de los eventos. El primero fue denominado “El tostado”, cuyo nombre parte de un reclamo a la supresión de los tradicionales bailes que se realizaban en este sector durante las fiestas de Quito: el Panamazo y el Americanazo. Los mismo que fueron suspendidos desde que la administración municipal decide donde se realiza cada festejo.

Este evento consistió en preparar tostado<sup>4</sup> entre todos los vecinos para compartirlo con todos quienes se reunieron en la esquina de la Panamá y la Habana. Cabe decir que, sólo solicitaron como aporte del CAC el encurtido de cebollas.

Durante este evento se mostraron las fotografías de la Exposición Sala Local “Diálogos sobre San Juan”, donde constaba el registro de las mujeres que construyeron las veredas del barrio y recordó la histórica organización comunitaria de este sector. También se expusieron objetos prestados por los vecinos en esta reunión que duró hasta altas horas de la noche.

El segundo de “Saberes y Sabores” se denominó “El Morochito Sapon”, realizado bajo la iniciativa de una organización del barrio llamada Huanacauri. Dicho evento se instaló en la esquina de la calle Guatemala y Panamá y contó con varias actividades: la exhibición de fotografías públicas del programa Fotografía A Cielo Abieto- FMC, la

---

<sup>4</sup> Maíz tostado, alimento típico de las regiones andinas de Sudamérica.

instalación del juego de sapo para los niños, una fogata alrededor de la cual se instalaron muchos jóvenes, mesas para jugar el tradicional 40 y la preparación de morocho con empanadas.

Así lo recuerda Samuel Fierro, como un momento muy acogedor donde todos se organizaron para compartir, ya que desde el inicio del evento las personas apoyaron llevando masa para las empanadas y litros y litros de leche para el morocho. Esta vez el CAC donó una olla de 50 litros para los próximos encuentros barriales, la misma que quedó a custodia de Huanacauri.

El tercer encuentro fue el “Mote Juguetón” realizado en el mercado del barrio, y luego vino el cuarto, el “Choclo cirquero”. Eventos que integraron organizaciones que estuvieron vinculadas al primer proceso de acercamiento al barrio, como los “60 y Piquito”, las reinas de los juegos infantiles, Hunacauri, las señoras del mercado, Asociación de Mujeres emprendedoras y Confemec.

Como parte de la organización cada uno de ellos aportó con alimentos o haciendo actividades; de igual forma el CAC propuso más actividades artísticas en estos encuentros. Es así que para el encuentro “Choclo Cirquero” se consiguió un show de circo gracias a un canje por pasajes aéreos, con lo que Quito Cultura Viva- Barrio Museo presentó estampas quiteñas de Don Ernesto Albán. También hubo grupos de danza, e incluso una banda de pueblo que puso a todos a bailar y cantar hasta casi la media noche en la plaza Benito Juárez. (Fierro, 2014)

También se han concretado otros eventos artísticos como la Compañía de Danza que ofreció una muestra en las escalinatas del barrio, o el Festival Internacional de Teatro Callejero organizado por el grupo Quijotadas, quienes el año 2013 no tenían el dinero suficiente para la organización, así que el CAC les ofreció cierto financiamiento y la estancia de los artistas en las casas de los vecinos de San Juan en una propuesta de convivencia con la gente del barrio, a cambio de presentar varias funciones en este lugar. Ello significó una gran ventana para reconocer el barrio, además permitió el desarrollo de una microferia de vecinos. (Fierro, 2014)

Después de estos encuentros, Samuel Fierro concluye con un análisis sobre las dinámicas tan cambiantes dentro de un barrio o una comunidad, por ello reafirma que la metodología que utilizaron para dialogar con las personas consistía en acercarse a los vecinos comunes, no únicamente a los voceros, que según su experiencia dice, “están más próximos a burócratas que a vecinos.” (Fierro, 2014)

Según su experiencia, él asegura que la investigación debe ser orgánica y sin irrupciones violentas en la comunidad, ya que esto permite conseguir conexiones reales, vínculos que más allá del efecto, generan afecto entre los participantes y construyen un proceso más humano.

Concluye afirmando que detrás de todos estos encuentros, está latente la necesidad de resolver problemas comunes y promover iniciativas como la recuperación del Mercado, para contar con un lugar donde reunirse. O fortalecer el encuentro de mujeres, como sucedió en un taller de politización que enfatizó la necesidad de crear espacios y momentos para la capacitación de mujeres del barrio en temas de interés, además del compromiso de trabajar nuevos proyectos para solucionar el tema de violencia de género.

En este sentido, Ximena Echeverría, quien formaba parte del equipo de mediación comunitaria, propuso el Protocolo de Casos de Violencia en San Juan. Esta idea aún no se desarrolla por completo pero trata sobre generar una red de protección entre las mujeres del barrio, asignándose a cada una tres madrinas, que a su vez tienen tres madrinas más, y así sucesivamente. Resulta entonces, que en caso de emergencia de cualquiera de ellas, basta con la llamada a una de sus madrinas para activar toda la red que pone en alerta a la policía y a al resto de mujeres.

Lo interesante de este proceso es que las madrinas deben cumplir un acompañamiento durante todas las acciones que desencadenen un acto de violencia, sea la denuncia, el divorcio o cualquier acción derivada. Otro dato importante es que las madrinas deben documentar como actúa la policía para descartar casos de complicidad patriarcal.

Aunque son proyectos que están en marcha, indican que el trabajo participativo permite hallar nuevas necesidades pero también nuevas alternativas de solución que surgen desde sus mismos actores.

De esta manera es como se ha trabajado desde el año 2011 en el barrio de San Juan, pero ¿Cómo vincular al museo con otros sectores de la ciudad?

En respuesta a esta pregunta, Samuel Fierro comenta el proyecto que tiene en mente para vincular a otros sectores, basado en la experiencia con este barrio. La idea es utilizar un dispositivo móvil llamado “El tanque”, para llevar una muestra expositiva de lo que ha sido el proyecto “Re-conocer San Juan 2013” a los distintos barrios que conformaron la exposición Wayku. Una exposición realizada en mayo del 2014 en el parque urbano Qmandá y fue organizada por la Fundación Museos de la Ciudad con el objetivo de mostrar la historia de las Comunas, la historia del mercado de San Roque, las memorias del antiguo terminal terrestre y los usos del espacio público en la calle 24 de mayo. (Fundación Museos de la Ciudad, 2014)

Este dispositivo permanecerá en cada barrio, por ejemplo San Roque, durante un mes, como vitrina para mostrar eventos y ejercicios que activen al barrio según sus características y así, fomentar procesos de reapropiación del espacio, articular gestores sociales, proyectar potenciales de turismo comunitario y generar insumos de comunicación popular.

Con lo expuesto, sobre el accionar del área de Mediación Comunitaria, se ejemplifica la aplicación de un cambio en la museología, un cambio direccionado a fortalecer los espacios de encuentro, es por ello que:

El nuevo museo está llamado a responder a las necesidades de aquellos grupos sociales que necesitan redescubrir su propia identidad (...) y para conseguir eso, es necesario lograr hacer ver a dichos grupos sociales la importancia de su identidad e historia para poder conseguir un verdadero desarrollo social en el que su misma realidad experimente un cambio significativo. (Hernández, 2006, pág. 173)



## **CAPÍTULO 4**

### **PROYECTO LÁPIZ AZUL**

#### **4.1 Diseño del proyecto**

#### **NOMBRE DEL PROYECTO: Lápiz azul, literatura infantil**

##### **4.1.1 Elementos contextuales**

###### **4.1.1.1 Destinatarios**

Los destinatarios de la propuesta son los niños y niñas del sexto año de educación básica del Centro Experimental de Educación Básica Quintillano Sánchez. Esta Institución escolar fiscal es la más antigua del barrio “La Floresta”, con 60 años de funcionamiento.

###### **a) Dinámica territorial (barrio, unidad vecinal, comuna)**

El barrio “La Floresta” se ubica en el lado oriental de lo que hoy es el sector centro norte del Distrito metropolitano de Quito. Es un barrio que nació en la segunda década del siglo XX cuando la familia Urrutia, propietaria de la hacienda “La floresta” decide lotizar el terreno. Desde entonces, el barrio tuvo gran demanda, y empezó a poblarse de funcionarios municipales que adquirieron sus terrenos a cómodos precios. El sector se ha caracterizado por ser el hogar de familias de clase acomodada, de la alta burocracia y de cierta élite intelectual hasta la década de 1970. Posteriormente, en la última década del siglo XX, sufrió una fuerte transformación debido a la demanda de los terrenos para espacios turísticos o comerciales e instituciones educativas, provocando una nueva dinámica en el barrio, debido a la multiplicidad de clases sociales que ahí conviven. (Peralta & Moya Tasquer, 2007)

Actualmente, el barrio La Floresta se ha convertido en un espacio de encuentro artístico debido a su ubicación y su cercanía a espacios culturales como la Casa de la Cultura Ecuatoriana, la Casa Benjamín Carrión, el Centro Cultural Abya-Yala; o espacios artísticos y culturales ubicados en el mismo sector: el Cine Ocho y Medio, el Instituto

Tecnológico de Cine y actuación INCINE, el Teatro La Butaca 51, La casa del árbol, entre otros.

Sin embargo, en ninguno de estos espacios se ofrecen alternativas culturales que integren o vinculen otros públicos y fomenten espacios de encuentro y reflexión comunitaria. Cabe mencionar que, si bien el sector se ha transformado en un espacio relacionado al arte, sólo ciertos grupos intelectuales o artísticos acceden a estos productos, tanto al consumo como a la producción, mientras que el resto de los vecinos o moradores del barrio no participan en dichas prácticas.

Ante esto, es importante reconocer la necesidad de contar con espacios de encuentro, que a su vez, proporcionen alternativas de diálogo y discusión para reapropiarse de los espacios públicos y retomar la vida comunitaria.

#### **4.1.1.2 Dinámica sectorial de la literatura**

La producción literaria es un campo destinado a ciertos circuitos artísticos que poseen el capital simbólico y económico para su producción. De ello, deviene el hecho de que no existan espacios destinados al consumo o producción literaria fuera del ámbito intelectual que lo sustenta.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana (CCE), es el espacio de mayor renombre para la formación y difusión de nuevos escritores, mediante la implementación de talleres literarios. Esta práctica empezó en la década de los años 80, cuando el escritor Gustavo Garzón, conformó los primeros Talleres Literarios de la CCE, coordinados por Miguel Donoso Pareja. Talleres que se mantuvieron desde entonces con distintos escritores a su cargo; en los últimos años, este papel fue desarrollado por los escritores Jorge Velasco Mackensie y Diego Velasco. Sin embargo, en la actual presidencia de la CCE con Raúl Torres, ambos talleres desaparecieron y se implementó otro taller de escritura creativa dirigido por el escritor Edwin Madrid. Este taller ya no funcionaba de manera abierta, sino que los aspirantes debían someterse a un proceso de selección.

Definitivamente, esta selección previa impide que personas no especializadas o iniciados en el camino de la literatura puedan vincularse a estos espacios. Ante ello, siempre han existido grupos literarios independientes que se organizan para la producción y estudio literario, por ejemplo: La pedrada Zurda, Umbral, Los Tzánticos o La pequeña Lulupa, entre los más renombrados. (Plazarte, 2010)

En este sentido, desde el año 2007 se empieza una nueva dinámica de publicación literaria mediante las editoriales cartoneras, proyecto que empezó en América Latina con la experiencia argentina de “Eloísa Cartonera”, la misma que fue reproducida por Víctor Vimos, Gabriela Falconí, Edwin Madrid y Eduardo Llumisaca, quienes conformaron la editorial cartonera Matapalo, la primera experiencia de producción artesanal de libros en Ecuador. Después vinieron otros grupos como la editorial Camareta en Guayaquil o la editorial Murcielagario en Quito. Sin embargo, únicamente Matapalo ha desarrollado un trabajo de vinculación en espacios comunitarios, comunidades campesinas, personas privadas de la libertad o redes de jóvenes en barrios. (El Comercio, 2012)

Estas alternativas de publicación son el efecto de la marcada dificultad de acceso a una publicación en una editorial reconocida, hecho que implica un alto costo de inversión o un vasto recorrido en el arte literario para ser reconocido. De cualquier forma, la discriminación para el consumo cultural es reincidente, como sucede en otras manifestaciones artísticas. Por ello, prolifera la necesidad de buscar espacios o promover maneras para socializar la producción con el resto de la sociedad, aunque si bien sea cierto que incluso las cartoneras guardan cierto recelo ante el círculo literario que construyen.

Ante esta situación es urgente pensar cómo se forman los nuevos escritores, qué espacios tienen para mostrar sus obras y cuál es el apoyo que les ofrece la institución cultural. No es posible pensar que los escritores aparecen de la nada, por lo mismo, es necesario contar con procesos de formación para los niños y las niñas que gusten de esta actividad desde la etapa escolar, que se fomente la lectura y se ofrezcan espacios de intercambio y diálogo sobre dichas prácticas.

Más allá de la actual producción literaria auspiciada o independiente, es preciso visibilizar que no hay espacios para que los niños puedan aproximarse a esta práctica, y ello incide drásticamente en el bajo nivel de lectores, oradores y posibles escritores, así lo afirma Jorge García, vicerrector del colegio Hermano Miguel La Salle.

#### **4.1.2 Diagnóstico**

La presente investigación es un proceso que se enfoca en analizar cómo influye la nueva museología en los procesos de mediación del Centro de Arte Contemporáneo para la socialización y democratización del arte. Paralelamente, se ha decidido conocer cuál es el tipo de consumo cultural que experimentan los niños del quinto año de educación básica del Centro Experimental de Educación de Básica “Quintillano Sánchez”, además de los docentes de la Institución y los padres de familia.

Es necesario considerar que el Centro de Arte Contemporáneo es una Institución cultural que inicia su gestión desde el año 2009 con la exposición del Bicentenario. Desde entonces se ha convertido en un referente para la exposición y estudio del arte contemporáneo, la investigación tecnológica y la mediación comunitaria gracias a la vinculación con los moradores del Barrio San Juan. Estas prácticas evidencian un cambio en el paradigma museológico que busca replantear las funciones sociales del museo o el centro de arte para fomentar procesos educativos y críticos de la comunidad en relación a su identidad y sus necesidades, es decir, permitir un diálogo entre la Institución y la comunidad.

De esto, sabemos que el Centro de Arte trabaja en distintas áreas como: el *área de mediación*, encargada del trabajo con el público que visita el museo para generar reflexiones y análisis sobre los distintos contenidos que se ahí se muestran a través de las exposiciones, a ello le suman propuestas de cada mediador como: el Club del Papel o el Recorrido fantasmas. También tenemos el *área educativa* que busca generar procesos educativos con mayor duración que una visita al museo y enfocan su accionar en generar talleres vacacionales abiertos para los niños, así como talleres de dibujo y pintura,

parkour, danza, reciclaje, entre otros, dirigidos para el público adulto. Por último la *mediación comunitaria* que es el trabajo de vinculación con los vecinos del barrio San Juan, es la actividad más sostenible que evidencia este espacio porque recoge las necesidades reales de esta comunidad y promueve alternativas de cambio a través del arte y del diálogo permanente con los vecinos.

Éstas son las áreas que caracterizan al Centro de Arte Contemporáneo y su accionar, ahora es pertinente conocer cuál es la incidencia real que tiene este lugar en comunidades alejadas de su ubicación o alejadas del círculo artístico.

El grupo escolar con el que trabajaremos, son niños y niñas entre 9 y 10 años que asisten a escuela fiscal Quintillano Sánchez ubicada en el barrio la Floresta. De ellos, el 44% de niños y niñas que asisten a esta institución viven en el sector, sin embargo, el resto de niños y niñas viven en el extremo norte de la Quito o en el sur del Distrito Metropolitano, ambos grupos en barrios populares. De sus padres, conocemos que el 40% son amas de casa, el resto trabajan como costureras, peluqueras, enfermeras, choferes o vendedores, únicamente el 4.4% tienen un título profesional y el 11% aún continúa sus estudios.

Respecto al consumo de su tiempo, el 80% de los encuestados afirman que el lugar más visitado en su tiempo libre es el parque, en segundo y tercer lugar con el 24%, está el salir de la ciudad o asistir a museos.

De esto que, los museos más visitados para este grupo son: Museo Casa de la Cultura Ecuatoriana con el 63%, el Museo de cera Alberto Mena Caamaño, y el Yaku Museo del agua con el 60%, en tercer lugar está el Museo de la ciudad con el 40%; mientras que el Centro de Arte Contemporáneo apenas cuenta con el 6 % de visitas.

Lo mismo ocurre con los docentes encuestados, quienes en su tiempo libre optan por salir de la ciudad y en segundo lugar se encuentra asistir al museo, y aquellos más frecuentados son: Yaku, Museo de la Ciudad, Museo de Cera Alberto Mena Caamaño, Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo, Museo Casa Sucre y Museo de la CCE, siendo el Centro de Arte Contemporáneo de los menos visitados.

De igual forma, solo el 4.28% de los niños encuestados conoce el centro de arte contemporáneo, ante otros museos que presentan mayor visitas como: Yaku Museo del Agua con el 55.71%, el Museo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana con el 37, 14 %, el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo con el 25,14% , y por último, el Museo Interactivo de Ciencia con el 21,42%.

De dichos museos, los únicos que forman parte de la Fundación Museos de la Ciudad y que ofertan nuevos procesos de mediación son Yaku Museo del Agua y el Museo Interactivo de Ciencia, pero definitivamente hay museos como el Museo de la CCE que a pesar de no innovar sus propuestas de mediación, son lugares tradicionales para ir de visita durante la escuela.

Refiriéndonos exclusivamente al Centro de Arte Contemporáneo es notorio que el consumo de arte contemporáneo o el acceso a estos espacios se encuentra relegado por desconocimiento o falta de interés. Según Adriana Coloma, del área educativa del CAC, esto es un gran inconveniente y rezago de la concepción tradicional de los museos de arte caracterizados por una concepción elitista, por ello es que aún exista cierta resistencia de las personas no cercanas a la producción artística para ir a este espacio. Contrario a lo que las cifras indican respecto a la asistencia masiva de los padres de familia con sus hijos a los parques en su tiempo libre, ya que este espacio recoge una diversidad de prácticas culturales populares como juegos, música tradicional o comida típica, facilitando así el momento de encuentro y mediación.

Sin embargo, hay ciertos museos que han conseguido vincularse más con los sectores populares gracias a las actividades de mediación, actividades lúdico-educativas para niños y adultos, así como talleres abiertos al público. Esto se hace evidente con las cifras que reflejan la asistencia a museos como el Yaku Museo del Agua, o el Museo Interactivo de Ciencias.

En su mayoría, los adultos y niños encuestados, afirman que lo que más le gusta de asistir a estos museos son las exposiciones, las actividades lúdicas educativas o la infraestructura; mientras que aquellos que asisten al Centro de Arte Contemporáneo, solo destacan la infraestructura y las exposiciones, no hacen referencia a la mediación, ni

a actividades lúdicas. Esto es un verdadero problema si el objetivo de la nueva museología consiste en que diversos grupos sociales puedan encontrar en el museo un espacio de reconocimiento que les permita cuestionar, criticar, proponer y analizar contenidos, así como utilizar ese espacio para proyectos sociales de interés común.

Es bastante evidente que aún hay cierto rechazo al consumo de arte contemporáneo, además que las actividades de mediación no son suficientes, o son únicamente direccionadas a los niños y no integran a los adultos en procesos lúdicos, por ello no hay un verdadero quiebre conceptual ni práctico respecto a la aplicación de la Nueva Museología, hecho que incide en la socialización con nuevos públicos, tal como muestran las encuestas realizadas a los padres y madres de familia: El 57% desconoce sobre el Centro de Arte Contemporáneo, sólo el 43% lo conoce a través de agendas culturales e internet. Por lo tanto, Gabriela Cherrez del área de mediación del CAC, tenía razón al afirmar que no pueden vincularse a nuevos públicos porque el medio más utilizado para socializar sus eventos es el internet; de hecho, el 53% de los padres de familia plantea que para promover la visita a los museos debe existir mayor difusión de eventos.

El problema radica en que, si se pretende socializar con nuevos públicos de sectores populares que no pertenecen al círculo artístico o no están inmersos en procesos académicos, los procesos comunicativos de difusión deberían realizarse en el espacio público, de lo contrario, la comunicación está dirigida a un público exclusivo y tradicional en este tipo de consumo.

Por ello, para generar vínculos reales entre los espacios artísticos y la comunidad, es necesario conocer qué es lo que la gente propone para activar estos procesos. El 80% opina que la mejor alternativa para que el museo se vincule a la comunidad son las prácticas artísticas en los barrios, a través de talleres o encuentros artísticos, que permitan conocer el trabajo que se realiza en cada museo y a través de las actividades artísticas conocer a quienes realizan arte en los barrios e incentivar a los niños a éstas prácticas. Además, ellos reconocen la importancia del encuentro a partir de estas actividades, evidenciando esa necesidad de encuentro que se transforma cuando el lugar

antropológico del que habla Marc Augé se ve deteriorado a causa de la modernidad y la rapidez de sus flujos. (Augé, 2000)

Considerando estas apreciaciones y la importancia de articular el discurso de la nueva museología y el desarrollo artístico e intelectual, se realizó paralelamente una encuesta para conocer los hábitos de lectura en los niños, padres de familia y docentes de la escuela Quintillano Sánchez.

La información recabada permitió conocer que el 80% de padres y madres de familia leen y que los textos de mayor demanda son el periódico, las revistas, los libros y por último los textos en internet. Ocurre lo contrario con los docentes, quienes muestran un alto nivel de lectura y como prioridad de lectura están los libros, luego los textos en internet, en tercer lugar el periódico y por último las revistas. Evidenciando que hay ciertas preferencias culturales debido al capital cultural, y simbólico que cada persona posee, por ello es indispensable que los niños puedan acceder a procesos de formación lectora para desarrollar su creatividad y el pensamiento crítico.

Beneficiosamente, el 94% de los niños y niñas encuestados, afirmaron que gustan de la lectura, aunque solo el 41% de ellos dedica parte de su tiempo a esta actividad y el 26% a actividades artísticas. Así mismo se les preguntó si quisieran formar parte de un taller para crear su propio libro de cuentos, poesía o comic, a lo que el 97% mostró gran interés ya que lo consideran muy entretenido o quisieran convertirse en escritores cuando sean grandes, otros consideran que es una actividad buena para desarrollar su creatividad, que todos conozcan su trabajo y lo que piensan.



### 4.1.3 Árbol de problemas

Figura 1: Árbol de Problemas

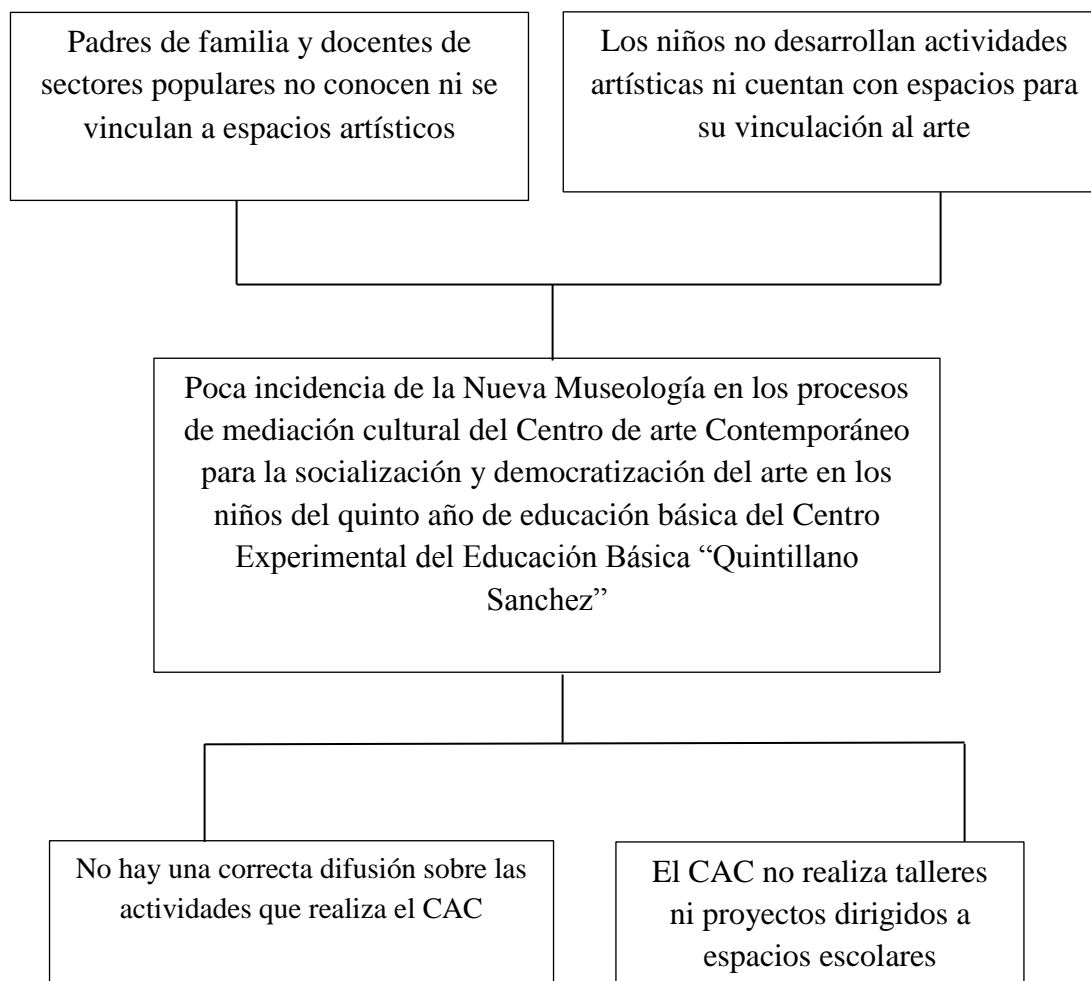


Figura1: Árbol de problemas. Fuente: encuestas.  
Por: C. Espinosa, 2014

#### 4.1.4 Árbol de Objetivos

Figura2: Árbol de objetivos

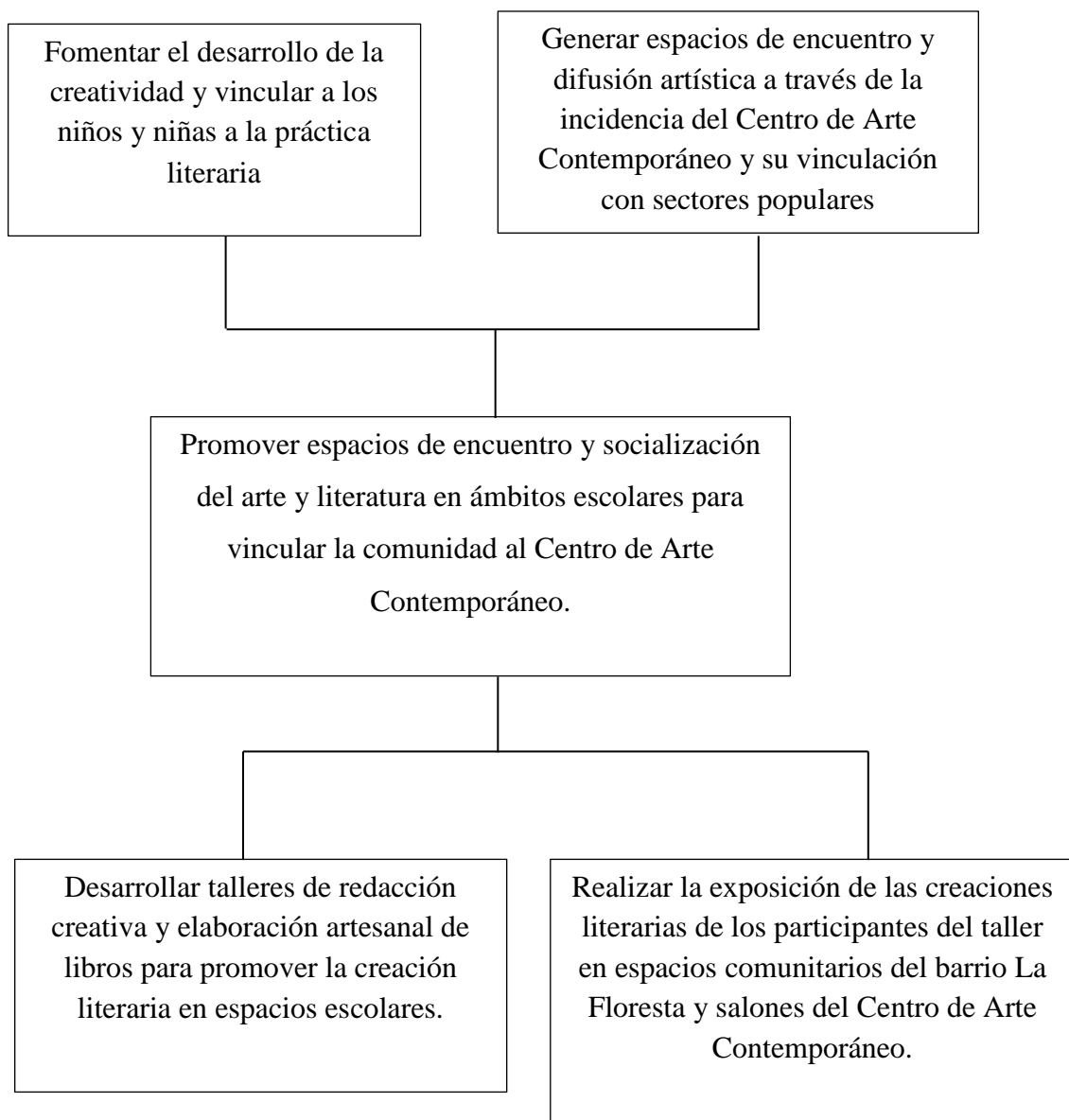


Figura2: Alternativas de mediación para el CAC. Fuente: encuestas.

Por: C. Espinosa, 2014

## **4.2 FORMULACIÓN DEL PROYECTO**

### **4.2.1 Objetivo general**

Promover espacios de encuentro y socialización del arte y literatura en ámbitos escolares para vincular la comunidad al Centro de Arte Contemporáneo.

### **4.2.2 Objetivos específicos**

- Desarrollar talleres de redacción creativa y elaboración artesanal de libros para promover la creación literaria en espacios escolares.
- Realizar la exposición de las creaciones literarias de los participantes del taller en espacios comunitarios del barrio La Floresta y salones del Centro de Arte Contemporáneo.

### **4.2.3 Fundamentación**

La importancia de este proyecto radica en la capacidad de promover en espacios escolares la creación literaria y artística, así como una alternativa de socialización de estas prácticas con la comunidad y la institución artística. Por ello, se resume en tres ámbitos la incidencia de esta propuesta: fomento de la lectura y creación literaria en los niños y niñas, reapropiación de espacios públicos mediante el arte y vinculación comunitaria con el Centro de Arte Contemporáneo.

En este sentido, acercar a los niños y niñas a la producción de un libro, un objeto que parece perdido en una época donde la tecnología lleva la posta, es ofrecerles un contacto distinto con el conocimiento, por ello, fomentar la lectura y la creación literaria, es mejorar sus habilidades comunicativas y sociales mediante el desarrollo de su creatividad.

Cabe destacar la importancia que cumplen los adultos en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los niños y niñas, aunque se complica aún más, cuando los adultos no tienen el hábito de la lectura. Esto se evidencia en los siguientes datos:

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en una encuesta realizada el año 2012 a personas de 16 años en adelante, se muestra que en el Ecuador el 27% de la

población no tiene el hábito de la lectura y aquellos que si lo hacen tiene como principal fuente de lectura el periódico con un 31%, desplazando al libro al segundo lugar con el 28%. Sin embargo, de las personas que no leen, el 58% afirmaron que no presentan interés alguno por esta práctica. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012)

También la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (ANDES) proporciona datos sobre el hábito de la lectura en Ecuador, dicha institución se basa en la encuesta realizada por el Cámara del Libro, que determinó que el índice de lectura de los ecuatorianos es de 0.5 por año, es decir que cada persona lee medio libro al año. (Agencia Pública de noticias del Ecuador y Suramérica, 2013)

Ante estas cifras, es determinante y urgente entender las razones para la falta de motivación hacia la lectura, quizás sea una consecuencia del proceso educativo tradicional, que propone a la lectura y escritura como una obligación del currículum, más no como una actividad liberadora que aporte a la vida del estudiante más allá del aula de clases.

De hecho, hay propuestas como la *Lectura Dialógica*, que supone un mejor proceso de aprehensión cuando la lectura entra en juego con otros espacios y momentos intersubjetivos de cada persona. (Rosa Valls, 2008) Es decir, que la lectura y la redacción alcanzan su máximo nivel de desarrollo cuando hay una relación con el contexto, y una incidencia constante entre todos los actores mediante el diálogo de unos con otros. Por ello, el aprendizaje de los niños depende de todas las interacciones sociales, pues no basta con que la escuela sea el principal promotor de actividades lectoras sino que la comunidad y la familia deben estar inmersas en este proceso mostrándolo como una práctica cotidiana de gran valor para desempeño en todos los ámbitos donde se desarrolle el niño o niña.

Se considera que uno de los principales errores para distanciar a los niños de la práctica lectora o de redacción, es trabajar estas actividades como si fueran hechos aislados, por eso el temor a escribir o a leer. Problema que también repercute en el desarrollo de una

buena ortografía, coherencia, lógica, etc., y que se agudiza cuando los niños no tienen acceso a textos escritos como referentes de creación e interpretación, de esto que:

Lo que nos interesa es la relación entre un sujeto cognoscente (el niño) y un objeto de conocimiento (la lengua escrita). Ese sujeto ignora que la tradición escolar va a mantener bien diferenciados los dominios llamados “lectura” y “escritura”. Intenta apropiarse de un objeto complejo, de naturaleza social, cuyo modo de existencia es social y que está en el centro de un cierto número de intercambios sociales. Para hacerlo, el niño intenta encontrar una razón de ser a las marcas que forman parte del paisaje urbano, intenta encontrar el sentido, es decir, interpretarlas (en una palabra, “leerlas”); por otra parte, intenta producir (y no solamente reproducir) las marcas que pertenecen al sistema; realiza, entonces, actos de producción, es decir, de escritura. (Ferreiro, 2006, pág. 6)

Los niños y niñas están expuestos a textos escritos y orales que interpretan constantemente, sin embargo, el salto radical se produce cuando ellos deciden escribir de forma intencional, un ejercicio que supone un desarrollo cognitivo lógico para poder organizar ideas, comparar, resumir, etc. Significa que desde la concepción cognitiva, la redacción es un proceso que necesita el dominio de competencias cognitivas que muestran la forma de organizar las ideas en un texto y de competencias comunicativas que se enmarcan en los procesos discursivos, lingüísticos y sociolingüísticos. (Centro de Recursos para la escritura académica, 2012)

De esta manera, la redacción es una forma de comunicar, distinta al aprendizaje espontáneo del habla, por lo mismo, requiere de un correcto acercamiento a la lectura y con ella a la producción escrita.

Otro campo que se aborda en la presente propuesta es la creación del libro como un producto cultural, cuyo proceso de elaboración no termina con el objeto como tal, sino con su socialización. Este será el pretexto para vincular las prácticas artísticas literarias del Centro Experimental de Educación Básica Quintillano Sánchez con la comunidad del

barrio y con el Centro de Arte Contemporáneo. Esto se debe a la necesidad de validar las prácticas comunitarias en el contexto de las instituciones históricamente validadas para para el consumo del arte, así como la reapropiación de los espacios públicos gracias a la capacidad de reunión que ofrece la práctica artística.

Según Nicolas Bourriaud y su propuesta sobre las *Estéticas Relacionales*, el arte en cualquiera de sus formas, trasciende su concepto artístico o su puesta en escena, para resignificarse únicamente como un espacio de encuentro y diálogo. (Fierro, 2014) El arte, según dicho autor, es la actividad que permite convocar y reunir a diversos grupos sociales con el fin de dialogar. A partir de esto, una de las etapas más importantes de la propuesta es la socialización del proyecto a través del Lanzamiento del Libro en un espacio público, donde las personas del barrio La Floresta podrán conocer sobre el trabajo que realizan los niños de la Escuela Quintillano Sánchez, adquirir los libros, escuchar las narraciones y ser parte de un evento cultural distinto al consumo cultural masivo determinado por la *Industria Cultural*, que según Walter Benjamin permite socializar el arte con públicos antes relegados de este consumo.

Tradicionalmente, las producciones que son puestas en el mercado para el consumo masivo son reproducciones de autores famosos, hecho que en esta propuesta se transforma porque busca mostrar la creación literaria de autores no conocidos y en proceso de formación. Con ello es factible no solo acceder a la cultura, sino cambiar el lugar de enunciación de la misma.

Por último, es preciso que las instituciones culturales como el Centro de Arte Contemporáneo, dentro de los paradigmas de la nueva museología, vinculen las prácticas y producciones artísticas de sectores no especializados en el arte a este espacio cultural, ya que ofrece una alternativa real de mediación cultural.

Esta necesidad de mediación cultural y cambio en la museología viene desde los años 60, cuando se replantea la función social del museo, por ello:

El museo debería ser para nosotros unos de los instrumentos más importantes con los que la sociedad cuenta para llevar a cabo su propia transformación (...) el museo se ha convertido en un medio educativo llamado a colaborar en la transformación de la sociedad. (Varine, 2006, pág. 166)

Por este motivo, intentar un cambio social implica reconocer las necesidades y posible soluciones que se pueden articular a través de prácticas comunitarias y artísticas, por ello la literatura y el fomento de la lectura articula aspectos importantes para el desarrollo integral de los niños y niñas, además de la vinculación contextual que eso implica.

Es decir que el nuevo museo, en este caso, el Centro de Arte Contemporáneo, debe sobrepasar su campo de acción hacia los barrios, sobrepasar la edificación y confrontarse con la vida real de la población, fomentar posturas críticas y procesos educativos de reflexión para que la comunidad pueda reaccionar y actuar ante sus problemas visibilizando sus potencialidades. (Hernández, 2006)

En este sentido las *Reglas del Juego* que plantea Carmen Mörsch se evidencian, ya que usualmente las muestras o actividades museables son propuestas de la misma institución. En este caso, son los niños quienes ofrecen una actividad alternativa respecto al consumo tradicional del libro, porque ellos se convierten en los autores y productores de su texto por lo que propone una ruptura ante la elitización de la producción literaria y su consumo. Además, es una alternativa para socializar al Centro de Arte Contemporáneo con nuevos públicos inusuales en este espacio artístico.

#### **4.2.4 Descripción (destinatarios, localización, participantes)**

La presente propuesta consiste en crear talleres literarios de redacción creativa y talleres de elaboración artesanal de libros con los niños y niñas del sexto año de educación básica del Centro Experimental de Educación Básica Quintillano Sánchez ubicado en el barrio de la Floresta, con la finalidad de promover la actividad literaria desde la etapa escolar, así como mostrar estas prácticas artísticas en espacios públicos para fomentar el encuentro y reunión de personas del barrio. Pero también es importante la vinculación de este grupo escolar y sus familias a espacios consagrados para el quehacer artístico, y así promover la socialización y democratización del arte con actividades concretas e incluyentes. Por ello se propone que una vez realizados los talleres y con la producción del libro se hagan dos lanzamientos, uno en el parque de la Floresta y otro en el Centro de Arte Contemporáneo, como una alternativa para sectores sociales que desconocen o no asisten al CAC puedan relacionarse con este espacio y sus prácticas, a través de la mediación entre institución y comunidad.



#### 4.2.5 Actividades

**TABLA 1: Actividades**

<b>GESTIÓN DE RECURSOS</b> - Gestionar auspicios -Gestionar patrocinios
<b>DOCUMENTAR Y REGISTRAR</b> -Generar archivo gráfico de todo el proyecto (fotografía y video)
<b>DISEÑO DE CONTENIDOS TALLERES</b> -Definir contenidos de talleres -Definir horarios
<b>TALLER DE REDACCIÓN</b> -Socialización de actividades con los niños y docentes -Inicio de talleres de redacción creativa -Acercamiento a la redacción y el texto (lectura dialógica) -Apoyo para la elaboración de textos -Revisión y selección de los textos -Documentar el proceso
<b>TALLER DE DISEÑO</b> - Desarrollo del diseño interno del libro - Elaboración de las portadas -Producción final del libro -Documentar el proceso
<b>PLANIFICACIÓN LANZAMIENTO DEL LIBRO</b> -Definir presentaciones artísticas -Definir recursos
<b>CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b> -Diseño de afiches y volantes -Impresión afiches y volantes

<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manejo de publicidad en redes sociales</li> <li>-Envío de invitaciones a Fundación Museos y Museos que conforman la Fundación</li> </ul>
<b>REALIZACIÓN DEL EVENTO COMUNITARIO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Montaje de la escenografía y el sonido</li> <li>-Movilización de los niños y niñas</li> <li>-Monitoreo permanente de actividades</li> </ul>
<b>REALIZACIÓN DEL EVENTO CAC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Montaje de la escenografía y el sonido</li> <li>-Movilización de los niños y niñas</li> <li>-Monitoreo permanente de las actividades</li> <li>- Elaboración informe de la muestra</li> <li>- Reunión de evaluación</li> <li>- Informe final de evaluación</li> </ul>

Figura1: Actividades

Por: C, espinosa, 2014

#### 4.2.6 Cronograma de actividades

Tabla 2: Cronograma de actividades

TIEMPO	JUL.				AGOS.				SEPT.				OCT.				NOV.				DIC.				ENE.				FEB.			
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación del proyecto				X	X																											
GESTIÓN DE RECURSOS																																
Gestionar auspicios				X	X	X																										
Gestionar patrocinios				X	X	X																										
DOCUMENTAR	Y																															
REGISTRAR																																
Generar archivo audiovisual						X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DISEÑO DE CONTENIDOS																																
TALLERES																																
Definir contenidos de talleres						X	X																									
Definir horarios						X	X																									
TALLER DE REDACCIÓN																																
Socialización de actividades con									X																							

[illegible]

[illegible]



#### 4.2.7 Recursos

##### 4.2.7.1 Equipo humano

**Tabla 3: Equipo humano**

<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>
<b>GESTIÓN DE RECURSOS</b> - Gestionar auspicios -Gestionar patrocinios	Coordinador general Coordinador general
<b>DOCUMENTAR Y REGISTRAR</b> -Generar archivo gráfico de todo el proyecto (fotografía y video)	Comunicador
<b>DISEÑO DE CONTENIDOS TALLERES</b> -Definir contenidos de talleres  -Definir horarios	Coordinador general y Talleristas Coordinador general y Talleristas
<b>TALLER DE REDACCIÓN</b> -Socialización de actividades con los niños y docentes -Inicio de talleres de redacción creativa -Acercamiento a la redacción y el texto (lectura dialógica) -Apoyo para elaboración de textos -Revisión y selección de textos -Documentar el proceso	Coordinador general  Tallerista redacción creativa Tallerista redacción creativa  Tallerista redacción creativa Tallerista redacción creativa Comunicador
<b>TALLER DE DISEÑO</b> - Desarrollo del diseño interno del libro  - Elaboración de portadas	Tallerista dibujo y elaboración artesanal del libro  Tallerista dibujo y elaboración artesanal

<ul style="list-style-type: none"> <li>-Producción final del libro</li> <li>-Documentar el proceso</li> </ul>	<p>del libro</p> <p>Tallerista dibujo y elaboración artesanal del libro</p> <p>Comunicador</p>
<p><b>PLANIFICACIÓN LANZAMIENTO DEL LIBRO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Definir lugares a realizar el evento</li> <li>-Definir presentaciones artísticas</li> <li>-Definir recursos</li> </ul>	<p>Productor General y Talleristas</p> <p>Productor general y Talleristas</p> <p>Productor general y Asistente de producción</p>
<p><b>CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Diseño de afiches y volantes</li> <li>-Impresión afiches y volantes</li> <li>-Manejo de publicidad en redes sociales</li> <li>-Envío de invitaciones a organizaciones</li> </ul>	<p>Comunicador</p> <p>Asistente de producción</p> <p>Asistente de producción</p> <p>Asistente de producción</p>
<p><b>REALIZACIÓN DEL EVENTO COMUNITARIO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Monitoreo permanente de actividades</li> </ul>	<p>Productor general y Asistente de producción</p>
<p><b>REALIZACIÓN DEL EVENTO CAC</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Monitoreo permanente de actividades</li> <li>- Elaboración informe de la muestra</li> <li>- Reunión de evaluación</li> <li>- Informe final de evaluación</li> </ul>	<p>Asistente de producción y Productor general</p> <p>Productor general</p> <p>Todo el quipo</p> <p>Todo el equipo</p>



-Elaboración y edición video del proyecto	Comunicador
---	-------------

Tabla 3: Equipo Humano

Por: C. Espinosa, 2014

#### 4.2.7.2 Recursos materiales

**Tabla 4: Recursos materiales**

<b>Actividades</b>	<b>Recursos Materiales</b>
<b>GESTIÓN DE RECURSOS</b> - Gestionar auspicios -Gestionar patrocinios	Infraestructura de oficina (escritorio, computador, teléfono, internet, artículos de oficina)
<b>DOCUMENTAR Y REGISTRAR</b> -Generar archivo gráfico de todo el proyecto (fotografía y video)	Cámara digital, boom, computadora, programas de edición
<b>DISEÑO DE CONTENIDOS TALLERES</b> -Definir contenidos de talleres -Definir horarios	Infraestructura de oficina y artículos de oficina
<b>TALLER DE REDACCIÓN</b> -Socialización de actividades con los niños y docentes -Inicio talleres de redacción creativa -Acercamiento a la redacción y el texto (lectura dialógica) -Apoyo para elaboración de textos -Revisión y selección de textos	Carpetas, hojas, marcadores, textos Carpetas, hojas, marcadores, textos

	<p>Carpetas, hojas, marcadores, textos</p> <p>Carpetas, hojas, marcadores, textos</p>
<p><b>TALLER DE DISEÑO</b></p> <p>- Desarrollo del diseño interno del libro</p> <p>- Elaboración de portadas</p> <p>-Producción final del libro</p>	<p>Hojas, pintura, marcadores, esferos</p> <p>Cartón, pintura brochas</p> <p>Hilo, agujas, cartón, brochas</p>
<p><b>PLANIFICACIÓN LANZAMIENTO DEL LIBRO</b></p> <p>-Definir lugares a realizar el evento</p> <p>-Definir presentaciones artísticas</p> <p>-Definir recursos</p>	<p>Artículos de oficina</p> <p>Artículos de oficina</p> <p>Artículos de oficina</p>
<p><b>CAMPAÑA DE DIFUSIÓN</b></p> <p>-Diseño de afiches y volantes</p> <p>-Impresión afiches y volantes</p> <p>-Manejo de publicidad en redes sociales</p> <p>-Envío de invitaciones a organizaciones</p>	<p>Infraestructura de oficina, fotografías, programas de diseño</p> <p>Movilización para distribución de afiches</p> <p>Infraestructura de oficina</p> <p>Movilización</p>
<p><b>REALIZACIÓN DEL EVENTO COMUNITARIO</b></p> <p>-Montaje de escenografía y sonido</p> <p>-Movilización niños y niñas</p> <p>-Monitoreo permanente de actividades</p>	<p>Parlantes, cables, telas, mesas, sillas, computadora</p> <p>Bus</p> <p>Hojas, esferográficos, carpetas, cronograma de actividades</p>

<b>REALIZACIÓN DEL EVENTO CAC</b>	
-Montaje de escenografía y sonido	Parlantes, cables, telas, mesas, sillas
-Movilización de niños y niñas	
	Bus
-Monitoreo permanente de actividades	
- Elaboración informe de la muestra	Hojas, esferográficos, carpetas, cronograma de actividades
- Reunión de evaluación con los niños, padres de familia y docentes	Equipo y material de oficina
	Encuestas
- Reunión de evaluación con el equipo	Equipo y material de oficina
- Informe final de evaluación	Equipo y material de oficina
-Elaboración video proyecto final	Cámara de video, equipos de edición

Tabla 4: Recursos materiales

Por: C. Espinosa, 2014

#### 4.2.7.3 Recursos financieros

**Tabla 5: Recursos financieros**

<b>RUBROS</b>	<b>JUL.</b>	<b>AGOS.</b>	<b>SEPT.</b>	<b>OCT.</b>	<b>NOV.</b>	<b>DIC.</b>	<b>ENE.</b>	<b>FEB.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>HONORARIOS</b>									
Equipo de producción		700,00	700,00	300,00	300,00	150,00	700,00	700,00	3,350
Equipo de Comunicación			100,00	100,00	100,00	400,00	600,00		1,300
Talleristas			400,00	400,00	400,00	400,00			1,600
<b>SUBTOTAL</b>									<b>6,250</b>
<b>GASTOS DE EJECUCIÓN</b>									
Material de oficina	50,00								
Libros y material bibliográfico			100,00						
Material producción libros				200,00	200,00				
Movilización						200,00			

Impresión afiches							500,00		
<b>SUBTOTAL</b>									<b>1,250</b>
<b>RUBROS</b>	<b>JUL.</b>	<b>AGOS.</b>	<b>SEPT.</b>	<b>OCT.</b>	<b>NOV.</b>	<b>DIC.</b>	<b>ENE.</b>	<b>FEB.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>GASTOS DE EVENTO</b>									
Arriendo equipo amplificación								800,00	800
Arriendo escenografía								500,00	500
<b>SUBTOTAL</b>									<b>1,300</b>
<b>PRODUCTO COMUNICATIV O</b>									
Producción video del proyecto								1,500	
<b>SUBTOTAL</b>									<b>1,500</b>
<b>TOTAL</b>									<b>9,000</b>

Tabla5: Recursos financieros

Por: C. Espinosa, 2014

## CONCLUSIONES

En esta investigación se ha podido evidenciar que, si bien la cultura es una práctica cotidiana que se realiza en todos los estratos sociales, hay marcadas diferencias en la producción y consumo que las personas realizan en cada espacio social. Los tipos de capital que menciona Bourdieu son determinantes para el acceso y la distinción de ciertas producciones culturales, inclusive para conseguir o impulsar el capital económico. De hecho, el proceso de adquisición de cada capital y su capacidad de generar distinción, es una ruleta que interactúa entre sí, donde el capital económico influye drásticamente en cada tipo de capital.

Me permito afirmar esto debido al análisis del tipo de personas que asisten al Centro de Arte Contemporáneo, a pesar de ser un espacio abierto al público y sin costo alguno, no es un lugar frecuentado por el común de las personas, que en su mayoría, no conocen qué funciona allí; únicamente quienes saben de arte o forman parte de circuitos artísticos acuden al lugar.

Las personas que fueron encuestadas y que no conocen ni asisten al CAC, afirmaron que el lugar al que prefieren ir en su tiempo libre es el parque, y tiene mucha lógica si nos referimos al tipo de consumo cultural que se oferta en estos espacios, donde hay una dinámica de interacción entre las personas, no hay restricciones de uso, hay música, comida, juegos, etc. Es un espacio de reconocimiento con el otro y con las prácticas del otro, existe cierta dialoguicidad que no se presenta en otros espacios culturales como el museo o el centro de arte.

Sin embargo, la exigencia de una transformación de los paradigmas museológicos ha permitido que instituciones como la Fundación Museos, piensen alternativas para asignarle una función social al museo. A partir de ello aparecen espacios como el Yaku Museo del Agua, el Museo Interactivo de Ciencias o el mismo Centro de Arte Contemporáneo, que han cambiado sus formas de mediación, es decir el acercamiento que tienen al público cuando visita estos lugares, haciéndolos más amigables, entretenidos y con estrategias que buscan alcanzar *experiencias significativas*.

Pero yo me pregunto ¿Cómo se puede alcanzar una *experiencia significativa* cuando las personas no son partícipes del proceso de creación de la exposición? Para ello, no cuestiono el gran salto en el cambio de la mediación interna del museo, porque permitió incluir en el discurso oficial a los visitantes para que puedan opinar y ofrecer diversos puntos de vista desde su contexto, pero es preciso ir más allá.

Para ello propongo una analogía entre el parque y el Centro de Arte Contemporáneo, si se pretende socializar y dinamizar las prácticas culturales, es preciso superar la visión etnocéntrica que divide al arte “culto” y al arte popular, es decir, si se intenta que las personas acudan con mayor afluencia a estos espacios culturales se debe mostrar en ellos algo con lo que se identifiquen, o algo que ellos hayan elaborado. No es suficiente hablar de inclusión cuando donde todas las pautas ya están dichas para que los “incluidos”, sólo las acepten; una visión muy extensionista a decir verdad, por ello el cambio debe ser integral, o como dice Carmen Mörsch, las reglas del juego deben cambiar.

Esto significa crear un diálogo entre la sociedad y la Institución Cultural, eliminar del imaginario la elitización de ciertas producciones artísticas suponiéndolas superiores a otras, pertenezcan o no pertenezcan al círculo de artistas. Pero lo más importante es permitir que la comunidad tenga espacios de creación y encuentro donde puedan expresar sus inquietudes, contar su historia, mostrar sus habilidades, decidir qué quieren decir y cómo lo quieren decir, de la misma forma como ocurre en espacios populares como el parque.

Por ello, la mediación comunitaria que realiza el CAC, es una postura bastante acertada para concretar vínculos con la comunidad, superando la edificación del museo, desacralizando sus prácticas y volviéndolas alternativas de participación real.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Centro de Recursos para la escritura académica.* (2012). Recuperado el 06 de 01 de 2014, de Los procesos mentales de la escritura: [http://sitios.ruv.itesm.mx/portales/crea/buscar/que/2\\_losprocesos.htm](http://sitios.ruv.itesm.mx/portales/crea/buscar/que/2_losprocesos.htm)
- El Comercio.* (18 de noviembre de 2012). Recuperado el 03 de 06 de 2014, de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/tendencias/cultura/cartoneras-son-impulsadores.html>
- Fundación Museos de la Ciudad.* (15 de 02 de 2014). Recuperado el 21 de 05 de 2014, de Fundación Museos de la Ciudad: <http://www.fundacionmuseosquito.gob.ec/index.php/quienes-somos>
- Fundación Museos de la Ciudad.* (10 de 05 de 2014). Recuperado el 05 de junio de 2014, de Fundación Museos de la Ciudad: <http://www.fundacionmuseosquito.gob.ec/index.php/noticias/item/160-wayku-la-memoria-de-la-urbe-en-la-voz-de-su-gente>
- Abril, G. (1997). *Teoría General de la información, datos, relatos y mitos*. Madrid: Cátedra.
- Adorno, T. W. (1999). La industria cultural. En J. M. Babero, & A. Silva, *Proyectar la Comunicación*. Colombia: Tercer Munda.
- Agencia Pública de noticias del Ecuador y Suramérica. (01 de junio de 2013). *ANDES*. Recuperado el 2014 de 05 de 31, de ANDES: <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/indice-lectura-ecuatoriano-es-medio-libro-ano.html>
- Amount, J. (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós.
- Andrango, O. (10 de 02 de 2014). Nueva Museología. (F. Espinosa, Entrevistador)
- Augé, M. (2000). *Los no lugares- Espacios de anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Barbero, J. M. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barbero, J. M. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: Fondo de cultura económica.
- Baudrillard, J. (1968). *El sistema de los objetos*. Paris: Gallimard.
- Benjamin, W. (2010). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Quito: Rayuela.



- Berger, J. (mayo de 2011). *Modos de Ver*. Recuperado el 28 de marzo de 2014, de Paralelotrac: <http://paralelotrac.files.wordpress.com/2011/05/modos-de-ver-john-berger.pdf>
- Bourdieu, P. (1997). Choses Dites. En G. Jiménez, *La sociología de Pierre Bourdieu*. San Andrés Totoltepec: Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.
- Bourdieu, P. (2002). *La distinción*. México D.F: Taurus.
- Bourdieu, P. (30 de marzo de 2014). *Los tres estados del capital cultural*. Recuperado el 15 de febrero de 2014, de Sociología Contemporánea: <http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>
- Canclini, N. G. (1977). *Arte popular y sociedad en América Latina*. México: Grijalvo.
- Canclini, N. G. (1999). El consumo Cultural: una propuesta teórica. En G. Sunkel, *El consumo cultural en América Latina* (pág. 33). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Centro Ecuatoriano de Arte Contemporáneo. (s.f.). Recuperado el 10 de junio de 2014, de <http://www.centroecuatorianodeartecontemporaneo.org/miguel-alvear>
- Cherrez, G. (15 de mayo de 2014). Área de Mediación CAC. (F. E. Iza, Entrevistador)
- Coloma, A. (13 de mayo de 2014). Área Educativa CAC. (F. E. Iza, Entrevistador)
- Contreras, A. (2000). *Imágenes e imaginarios de al comunicación desarrollo*. Quito: Ciespal.
- Desvallés, A., & Mairesse, F. (2010). *Conceptos Claves de la Museología*. España: Armand Collin.
- Dussel, E. (1994). *El Encubrimiento del Otro. Hacia el origen de la modernidad*. Quito: Abya-Yala.
- Dussel, E. (2000). Europa, modernidad y eurocentrismo. En E. Lander, *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Echeverría, B. (2008). Un concepto de modernidad. *Contrahistorias*.
- Echeverría, B. (28 de marzo de 2014). *De la academia a la bohemia y más allá*. Obtenido de Bolívar Echeverría: <http://www.bolivare.unam.mx/ensayos/De%20la%20academia%20a%20la%20bohemia.pdf>
- Ferreiro, E. (2006). La escritura antes de la letra. *Revista de Investigación Educativa*, 56.

- Fierro, S. (25 de abril de 2014). Mediación Comunitaria en el CAC. (F. E. Iza, Entrevistador)
- Fierro, S. (2014). *Participación ciudadana y procesos de activación cultural*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales.
- Freire, P. (1991). *¿Extensión o comunicación?* México: Siglo Veintiuno .
- Galeano, E. (2003). *Patatas arriba la escuela del mundo al revés*. Buenos Aires: Catálogos.
- Gallegos, R. (09 de mayo de 2014). La Pícara Juana y el Centro de Arte Contemporáneo. (F. E. Iza, Entrevistador)
- Guerrero, P. (2002). *La cultura*. Quito: Abya-Yala.
- Hernández, F. (1992). Evolución del Concepto de Museo. *Revista General de información y documentación*, 13.
- Hernández, F. (2006). *Planteamientos teóricos de la Museología*. España: Ediciones Trea.
- Hernández, F. (2007). La museología ante los retos del siglo XXI. *Revista Electrónica del Patrimonio Histórico*, 1-26.
- ICOM . (2010). *Conceptos claves de museología*. Paris .
- ICOM. (11 de 22 de 2013). *La comunidad de los museos del mundo*. Obtenido de Consejo Internacional de Museos: <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (octubre de 2012). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 31 de 05 de 2014, de Hábitos de lectura en el Ecuador: [http://www.inec.gob.ec/documentos\\_varios/presentacion\\_habitos.pdf](http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/presentacion_habitos.pdf)
- Landkamer, N. (12 de 02 de 2014). Contradecirse una misma. (F. E. Iza, Entrevistador)
- León, A. (1978). *El museo. Teoría, praxis y utopía*. Madrid: Cátedra.
- Maffesoli, M. (1990). *El tiempo de las tribus*. Barcelona: Icaria.
- Marcuse, H. (29 de marzo de 2014). *El arte como forma de la realidad*. Obtenido de Marxismo crítico: <http://marxismocritico.com/2014/03/28/el-arte-como-forma-de-la-realidad/>
- Mattelart, A. (1979). *Notas al margen del imperialismo cultural*. México: Comunicación y cultura No. 6.

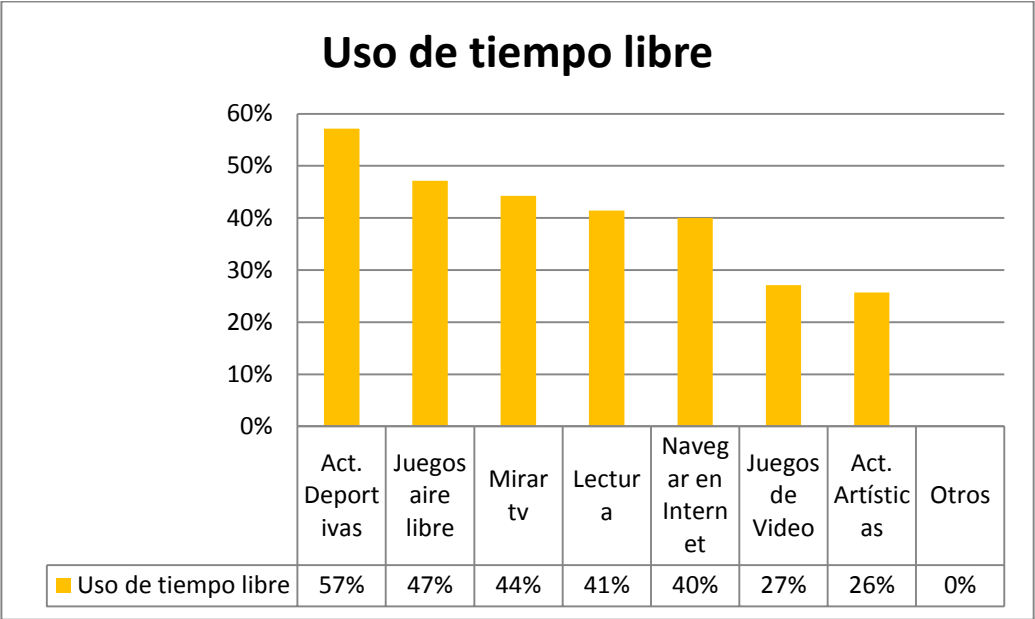
- Mayo, H. (1985). *Introducción a la teoría marxista*. México D.F: Trillas .
- Mayos, G. (2007). *La Ilustración*. Barcelona: UOC.
- Mörsch, C. (12 de 02 de 2014). Contradecirse a una misma. (F. E. Iza, Entrevistador)
- Núñez, A. (2006). El museo como espacio de mediación: el lenguaje de la exposición museal. *Universitas Humanística*, 186.
- Peralta, E., & Moya Tasquer, R. (2007). *Guía Arquitectónica de Quito*. Quito: Trama ediciones.
- Pérez, T. (28 de 04 de 2014). *Spondilux*. Recuperado el 2014 de 05 de 03, de Universidad Andina Simón Bolívar: [http://www.uasb.edu.ec/spondylus\\_conten\\_site.php?cd=5483&cd\\_boletin=109&sec=ENT](http://www.uasb.edu.ec/spondylus_conten_site.php?cd=5483&cd_boletin=109&sec=ENT)
- Plazarte, F. A. (01 de junio de 2010). *K-oz editorial*. Recuperado el 05 de 06 de 2014, de K-oz editorial: <http://k-oz-editorial.blogspot.com/2010/06/serie-historia-de-los-grupos-literarios.html>
- Rosa Valls, M. S. (2008). Lectura Dialógica: Interacciones que mejoran y aceleran la lectura. *REVISTAIBEROAMERICANADEEDUCACIÓN. N.º 46*, 71-87.
- Soezen, D. (10 de 01 de 2011). *Kilim Filin*. Recuperado el 06 de 05 de 2014, de Vimeo: <http://vimeo.com/18439409>
- Touraine, A. (2007). *El mundo de las mujeres*. Barcelona: Paidós.
- Varine, B. (2006). Notes en forme d' avant- propos . En F. Hernández, *Planteamientos teóricos de la Museología* (pág. 287). España: Ediciones Trea.
- Ventós, X. R. (2007). *Teoría de la sensibilidad*. Barcelona: Península.

## **ANEXOS**

**ENCUESTA PARA NIÑOS DEL CENTRO EXPERIMENTAL DE EDUCACIÓN  
BÁSICA QUINTILLANO SÁNCHEZ DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN  
BÁSICA**

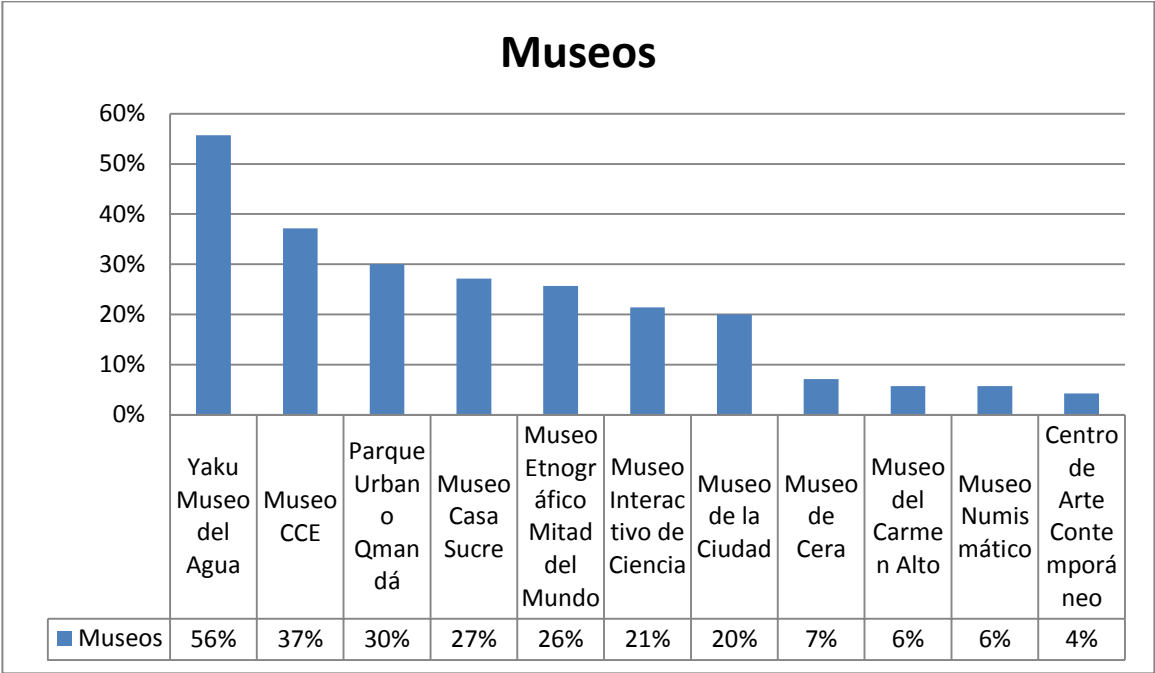
**Universo de estudio: 70 niños y niñas**

**1. ¿Qué haces en tu tiempo libre?**



**Análisis:** Las actividades deportivas ocupan en mayor cantidad el tiempo libre de los niños, también se evidencia que navegar por internet, jugar videojuegos o mirar televisión tienen mayor aceptación que las actividades artísticas, aunque un 41% afirma que dedica su tiempo a la lectura.

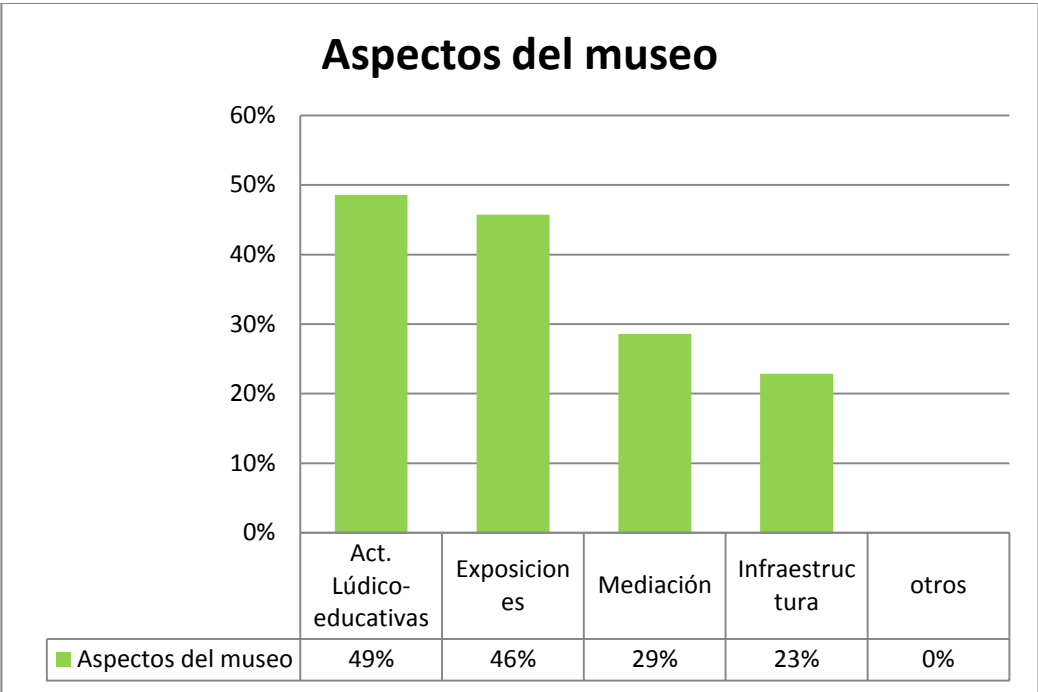
2. ¿Qué museos has visitado?



**Análisis:** El museo más visitado es el “Yaku museo del agua”, esto puede ser provocado por la gran difusión que ha tenido este lugar en medios de comunicación masivos, lo mismo ocurre con el Parque Urbano Qmandá. Aunque hay otros que cuentan con muchas visitas aunque no se publicitan en medios de comunicación, esto, debido a que son muy conocidos a nivel escolar por los docentes y sirven como apoyo didáctico para la enseñanza de la materia de historia, es el caso del Museo de la CCE. Hay otros museos como el Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo que es un lugar turístico y cuenta con constantes presentaciones artísticas que generan mayor interés por el lugar.

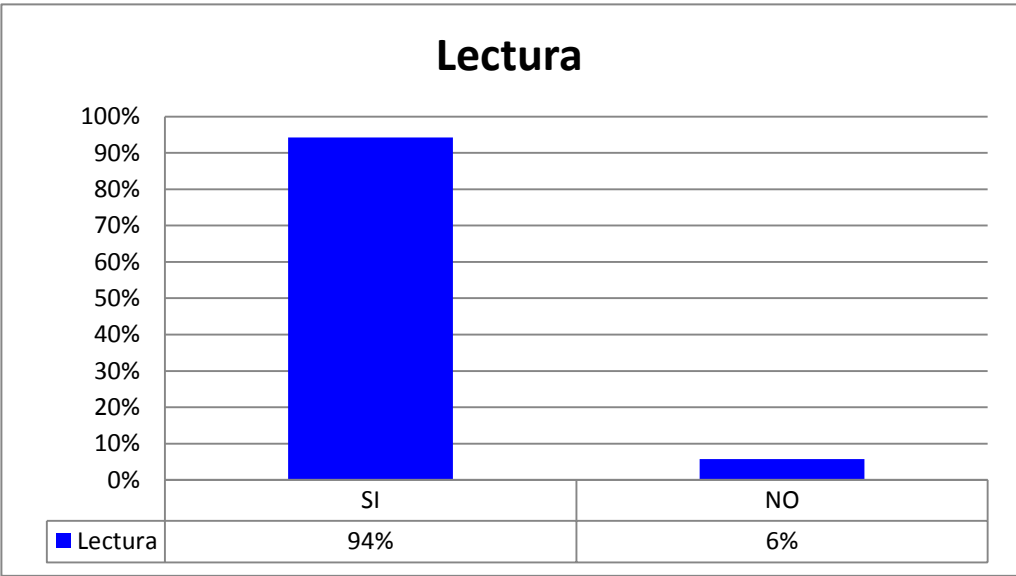
Sin embargo, museos como el Carmen Alto, Museo Numismático, Museo de Cera o el Centro de Arte Contemporáneo, no cuentan con tantas visitas.

3. ¿Qué es lo que más te gusta de los museos y por qué?



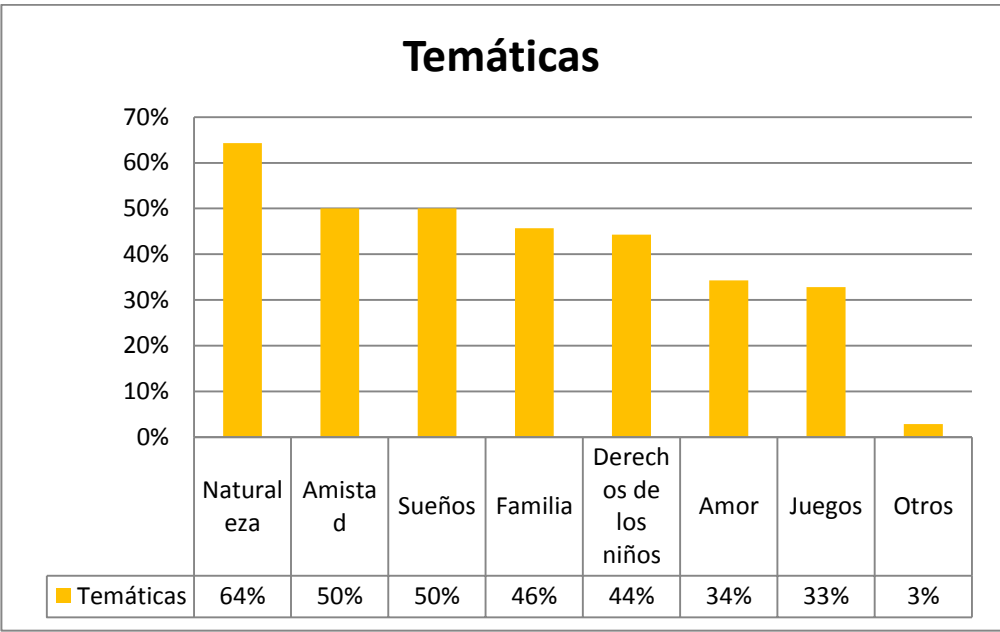
**Análisis:** Los niños y niñas encuestados manifiestan que lo que más les gusta de los museos son las actividades lúdico-educativas, seguido por las exposiciones y la mediación. Esto evidencia que la mediación sin el apoyo de recursos didácticos no favorece la creación de experiencias significativas en los niños.

4. ¿Te gusta leer?



**Análisis:** Los niños y niñas gustan de la lectura, apenas el 6% la considera aburrida.

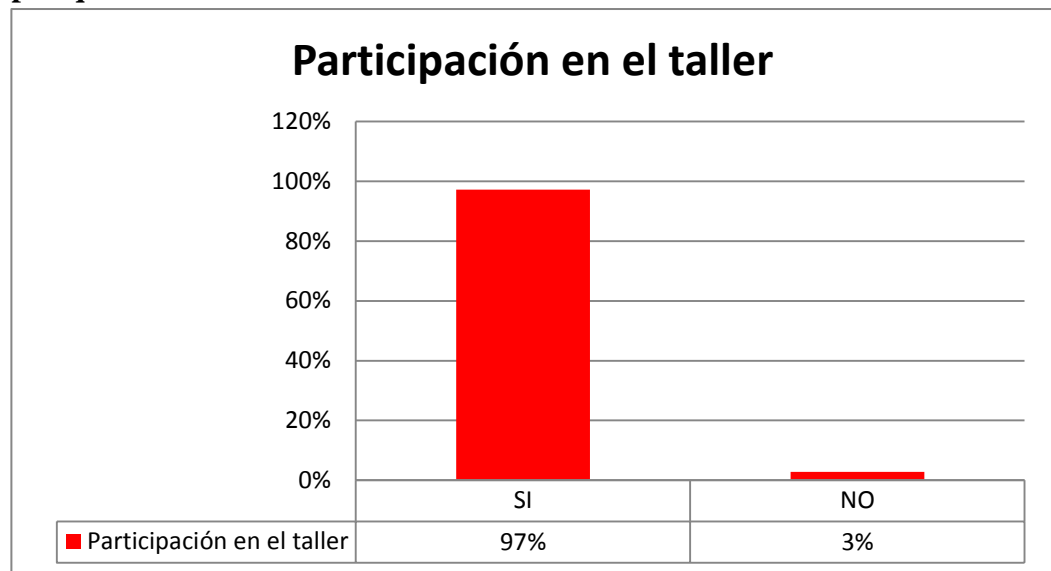
5. Si escribieras un libro de cuentos, poesías o comics ¿De qué temas hablarías?



**Análisis:** Los niños prefieren tratar temas sobre la naturaleza, la amistad, los sueños, la familia y sus derechos, mientras que menos del 50% le gustaría trabajar temas de amor o juegos. Esto visibiliza las temáticas para abordar durante el taller de redacción creativa.



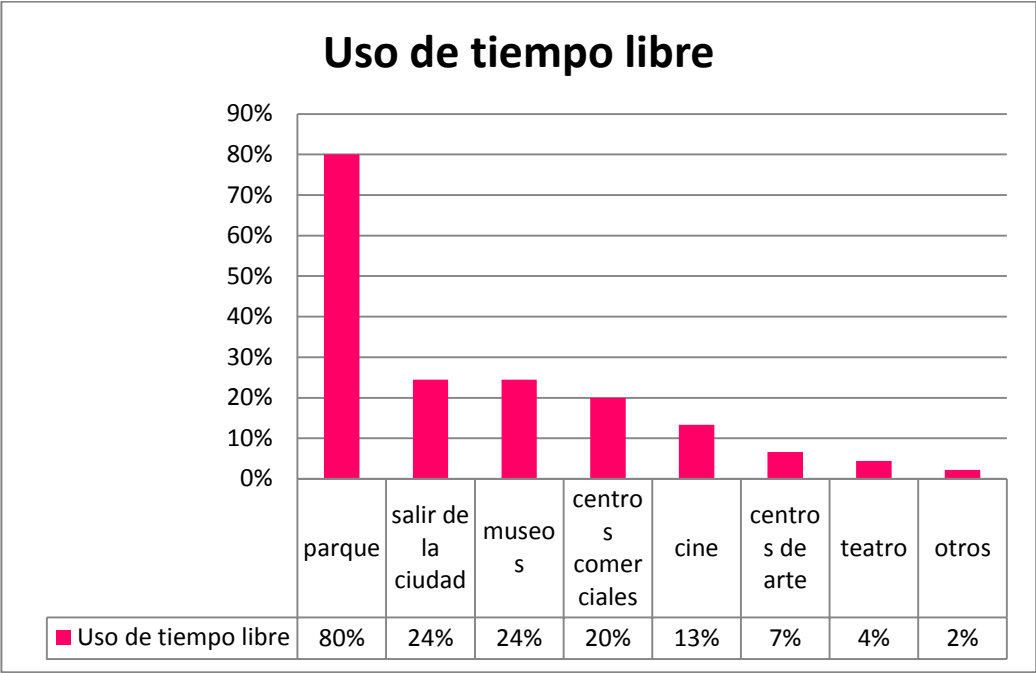
6. ¿Te gustaría saber cómo hacer tu propio libro de cuentos, poesía o comics, y por qué?



**Análisis:** La mayoría de niñas y niños muestran interés por realizar un libro de su autoría, hecho que valida la iniciativa del taller de redacción creativa y elaboración artesanal de un libro. Los niños que no gustan de la idea son apenas el 3%.

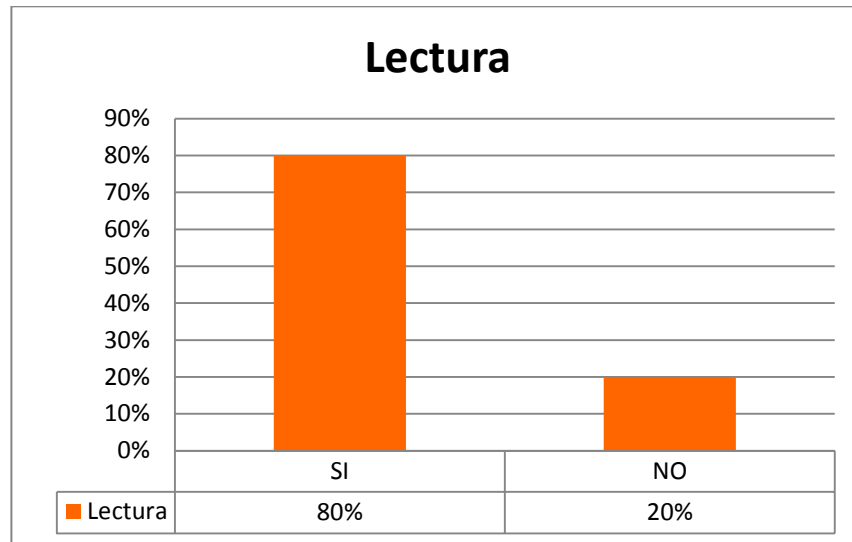
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PADRES O MADRES DE LOS NIÑOS DEL  
QUINTO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DEL CENTRO EXPERIMENTAL DE  
EDUCACIÓN BÁSICA “QUINTILLANO SÁNCHEZ”**

**1. ¿A dónde prefiere ir en su tiempo libre? del universo de estudio: 45 personas**



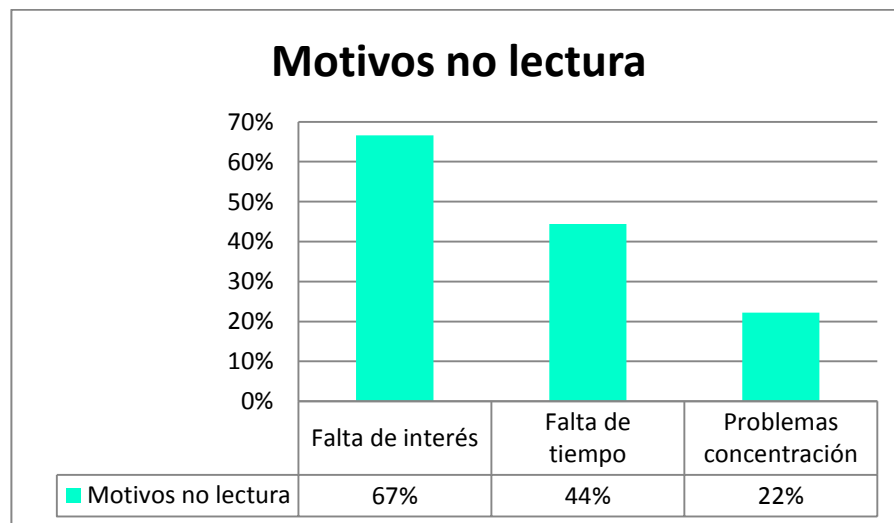
**Análisis:** Las personas encuestadas prefieren en su mayoría ir al parque en su tiempo libre o salir de la ciudad. En tercer lugar está el asistir a museos, mientras que en el sexto lugar con el 7% está el asistir a centros de arte o al teatro. Evidencia que los sectores populares no se identifican con estos espacios.

**2. ¿Le gusta leer? Universo de estudio: 45 personas**



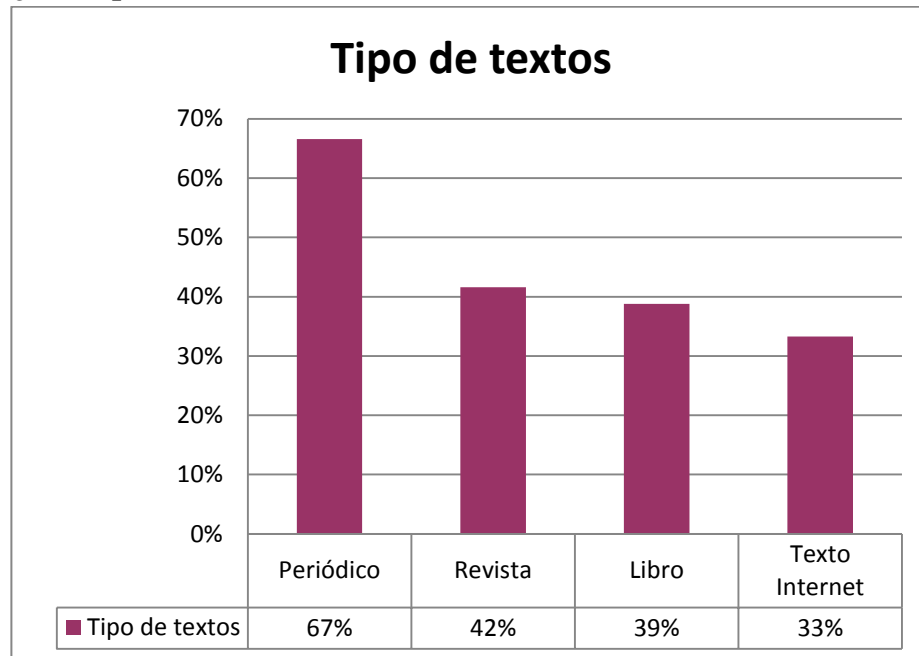
**Análisis:** La mayoría de padres y madres de familia gustan de la lectura, ante un 20% que no tiene ese hábito.

**3. ¿Cuál es el motivo por el cual no lee? Universo de estudio: 9**



**Análisis:** Del grupo de aquellas personas que no leen, el mayor motivo es la falta de interés, la falta de tiempo o problemas de concentración. Según las encuestas, varios de ellos tienen los tres motivos en común.

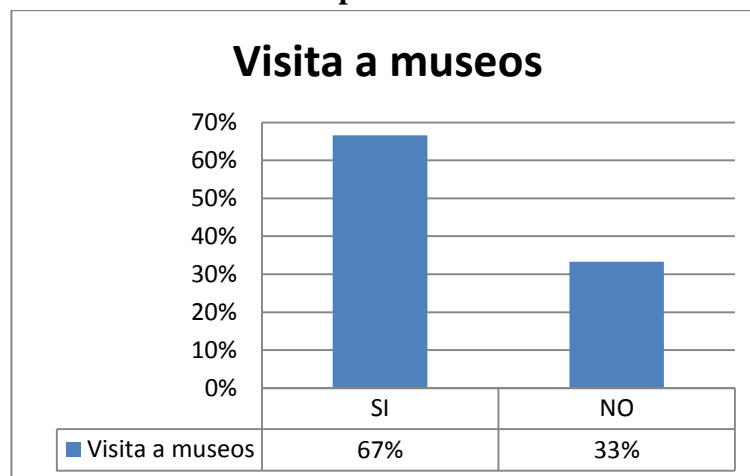
4. ¿Qué tipo de textos lee? del universo de estudio: 36



**Análisis:** Las personas leen más el periódico, seguido de revistas y luego del libro. En tercer lugar se encuentran los textos de internet. El periódico es el texto más accesible y económico.

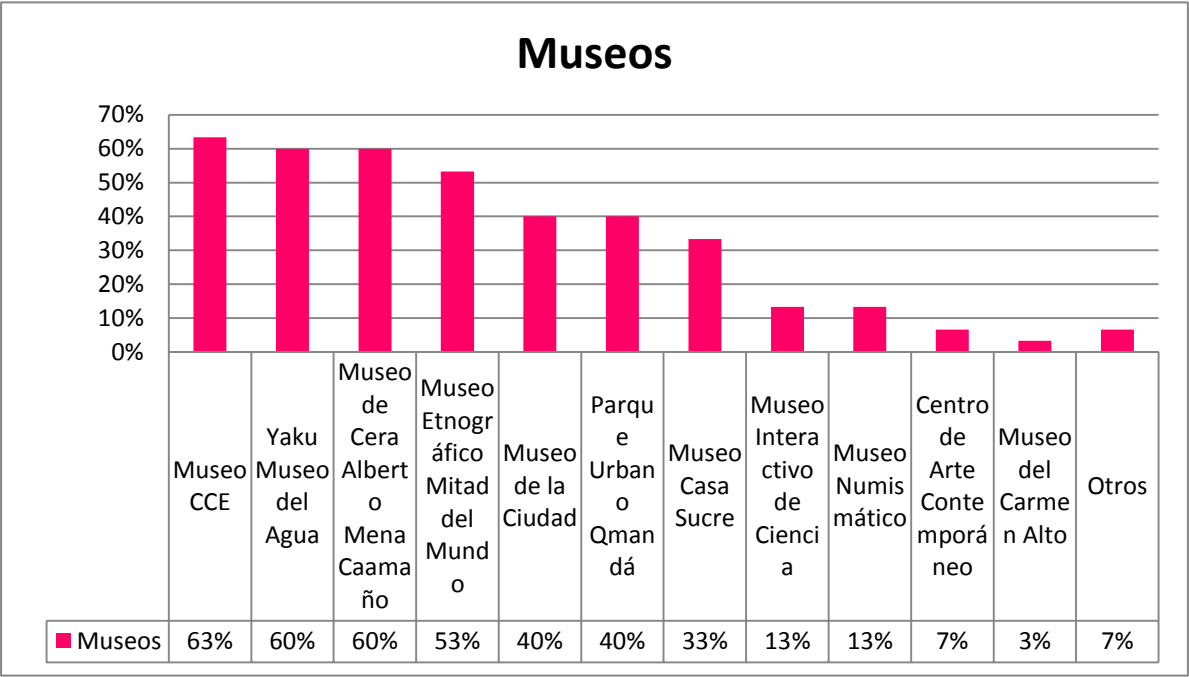
5. ¿Visita museos o centros de arte? (Si su respuesta es NO, ha terminado la encuesta)

Universo de estudio: 45 personas



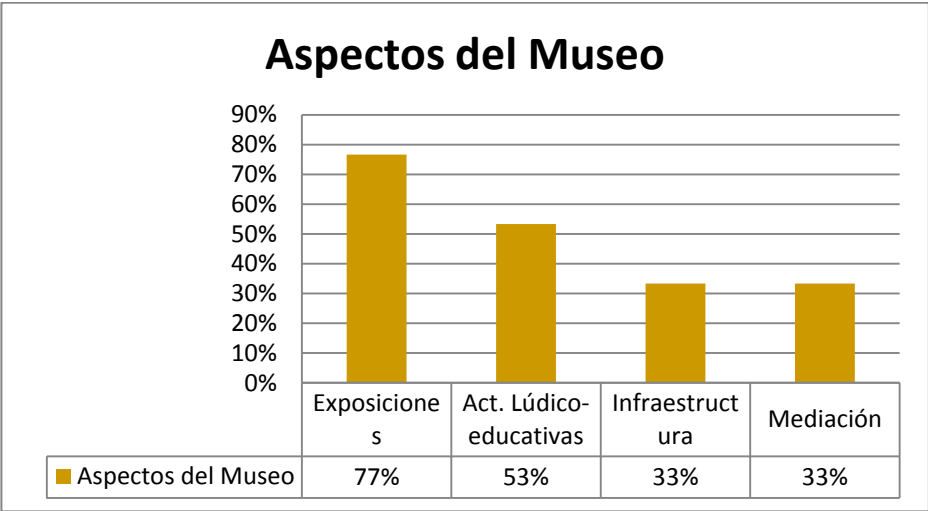
**Análisis:** El 67% de personas asiste a museos, mientras que el 33% no lo hace asegurando que no tiene tiempo para realizar esas actividades.

6. ¿Qué museo del Distrito Metropolitano de Quito ha visitado? Universo estudio:30 personas



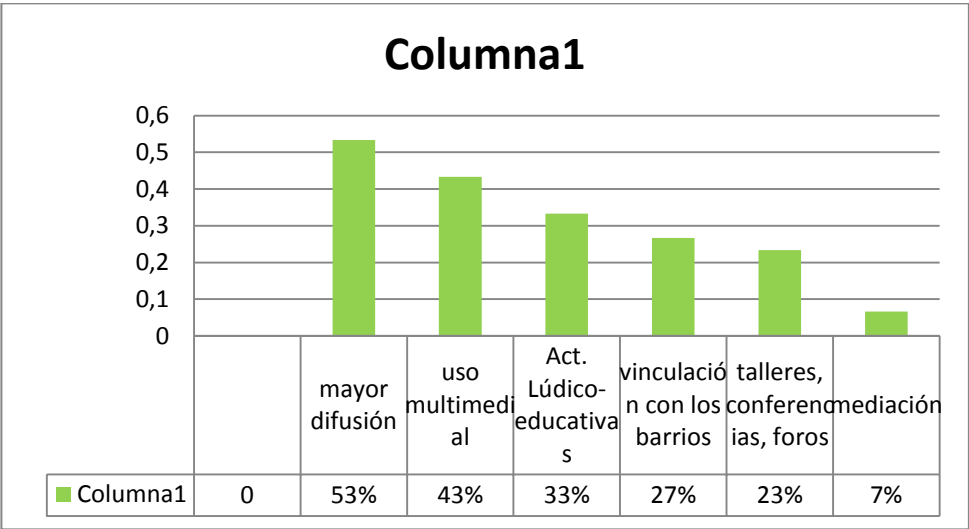
**Análisis:** Los padres y madres de familia han visitado más el Museo de la CCE, al igual que el Museo Yaku o el Museo de Cera Alberto Mena Caamaño, el Museo Etnográfico o el Museo de la Ciudad, estos últimos que son muy tradicionales en Quito. Sin embargo, solo el 7% ha visitado el Centro de Arte Contemporáneo.

7. ¿Qué es lo que más le impresiona cuando visita un museo? Universo de estudio:30 personas



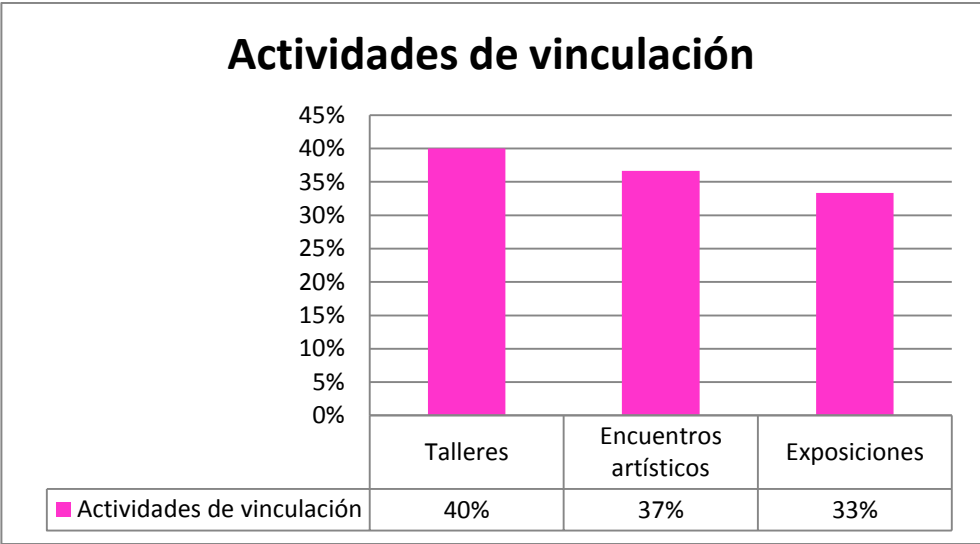
**Análisis:** Lo que más impresiona a las personas que visitan los museos antes citados son las exposiciones, es decir los objetos y el contenido histórico que guardan. Según las encuestas, para ellos es importante ir a los museos porque se conoce más sobre historia e identidad.

8. ¿Qué propondría Ud., Para que los museos sean un lugar más visitado? Universo de estudio: 30 personas



**Análisis:** La mayoría de personas considera los museos podrían ser más visitados si existiera mayor difusión sobre los eventos que realizan o existieran promociones y la entrada fuera libre; además apoyan el uso de nuevos recursos tecnológicos para generar experiencias más dinámicas.

9. ¿Mediante qué actividades considera que un museo podría vincularse a su barrio? ¿Por qué? Universo de estudio:30 personas

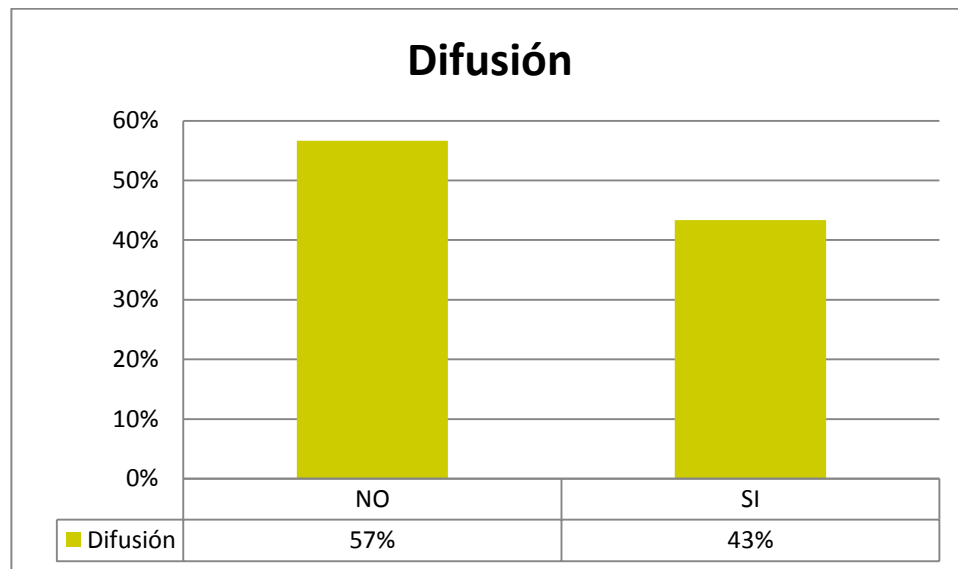


**Análisis:** Las personas encuestadas consideran que la mejor alternativa para que el museo se vincule al barrio es mediante talleres gratuitos para adultos y niños porque esto permitiría tener espacios de encuentro comunitario. Además que consideran necesario capacitarse en temas de interés común o en desarrollo artístico.

Un hecho importante sobre los talleres, es que las personas opinaron que se debe ofrecer capacitaciones para que los vecinos también pueda dictar talleres, no exclusivamente las personas del museo.

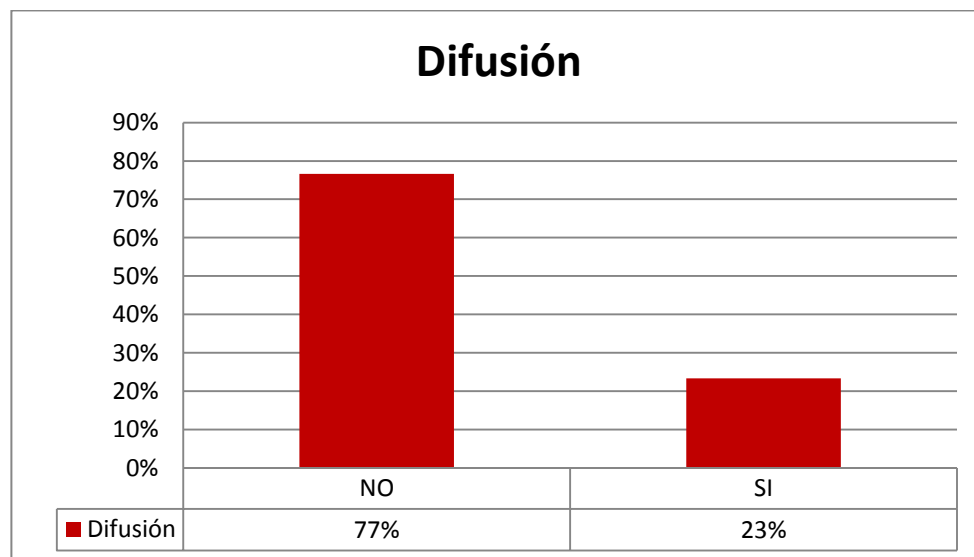
Respecto a los encuentros artísticos, comentaron que sería una buena alternativa para visibilizar el talento de las personas del barrio, así como un pretexto para irrumpir en la cotidianidad y ofrecer espacios de reunión.

**10. ¿Conoce el antiguo Hospital Militar?      Universo de estudio:30 personas**



**Análisis:** La mayoría de las personas no conoce el Antiguo Hospital Militar.

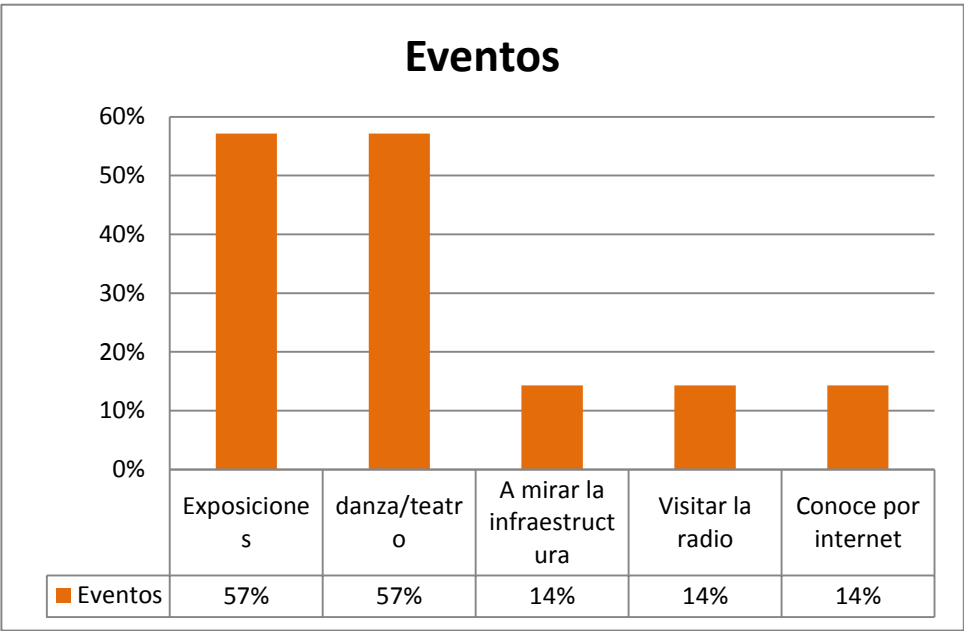
**11. ¿Sabe qué funciona actualmente en ese edificio? Por favor escríbalo  
(Si su respuesta es NO, ha terminado la encuesta) Universo estudio: 30 personas**



**Análisis:** Solo el 77% conoce sobre la rehabilitación del Antiguo Hospital Militar y su nuevo uso cultural.

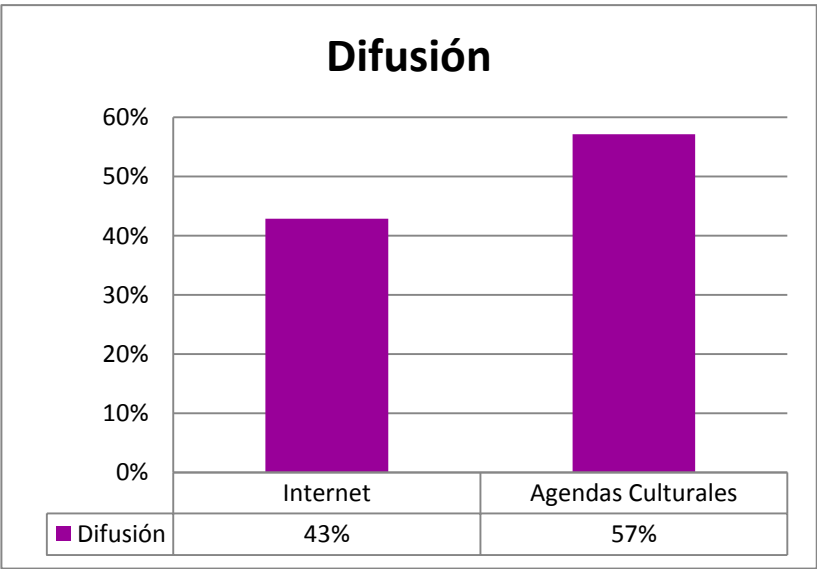


12. ¿A qué eventos ha asistido en el Centro de Arte Contemporáneo? Universo estudio: 7 personas



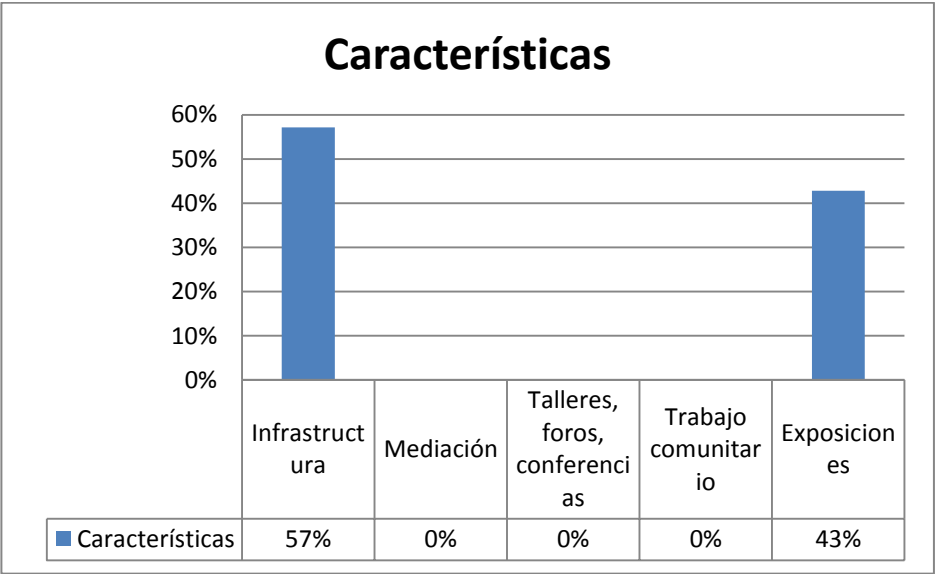
**Análisis:** La mayoría de personas ha asistido al CAC a exposiciones o eventos de danza y teatro. El 14% ha asistido solo a mirar la infraestructura o conocen del lugar solo por internet.

13. ¿Cómo se enteró de esos eventos? Universo de estudio: 7 personas



**Análisis:** La mayoría de personas conoce sobre el CAC mediante agendas culturales que se distribuyen en Instituciones Culturales Independientes o pertenecientes al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

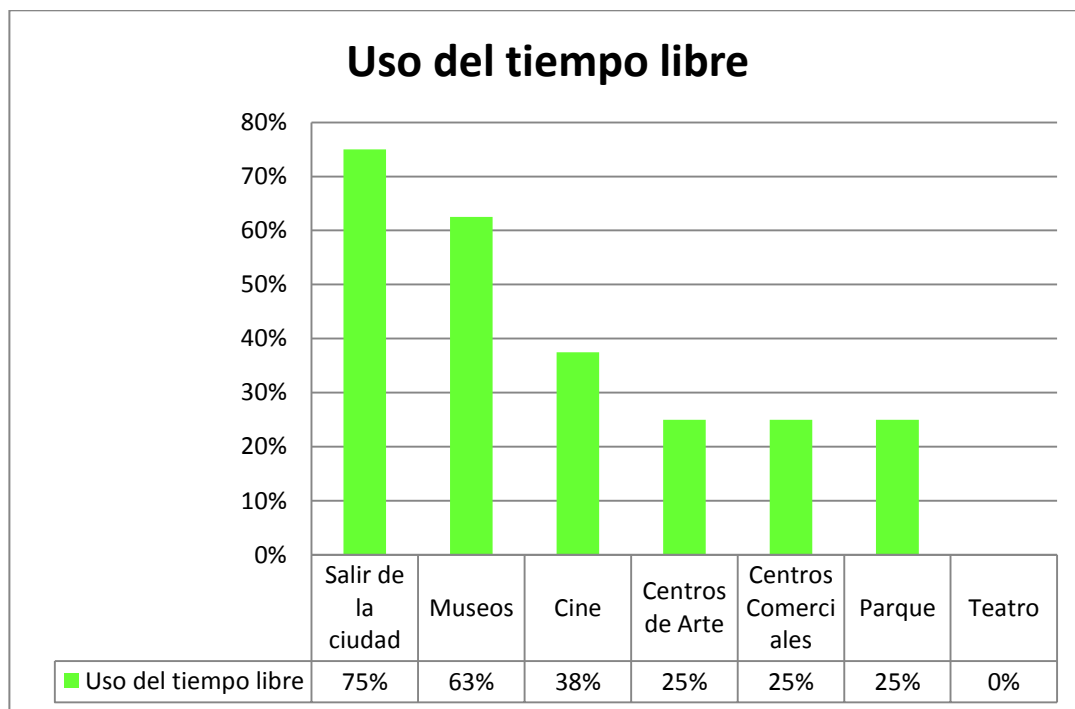
14. ¿Qué es lo que más le ha impresionado del Centro de Arte Contemporáneo y por qué? Universo de estudio: 7 personas



**Análisis:** El 57% de las personas consideran que lo más interesante de asistir a un museo es mirar la infraestructura, en segundo lugar se encuentran las exposiciones con el 43%. Evidenciando que no reconocen o no existen cambios significativos en los procesos de mediación.

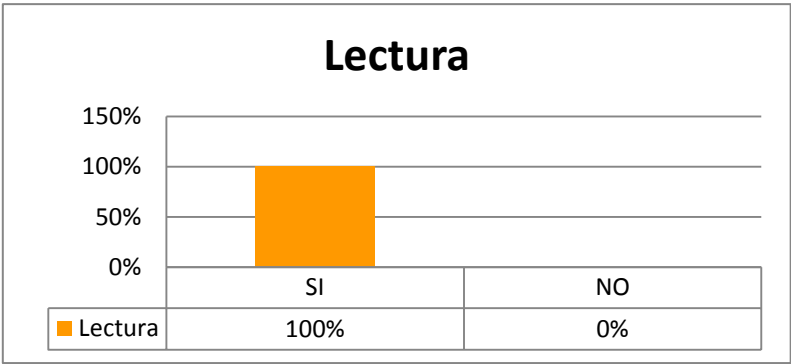
## ENCUESTA PARA DOCENTES DEL CENTRO EXPERIMENTAL DE EDUCACIÓN BÁSICA QUINTILLANO SÁNCHEZ DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN BÁSICA

### 1. ¿A dónde prefiere ir en su tiempo libre? Universo de estudio: 8 personas



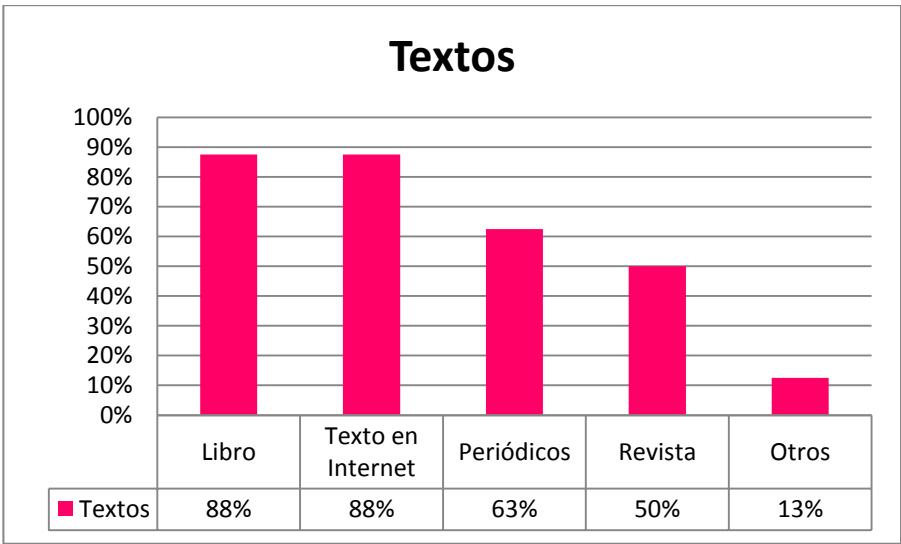
**Análisis:** La mayoría de docentes prefieren salir de la ciudad en su tiempo libre, en segundo lugar está al asistir al museo. A diferencia de los padres y madres de familia que tienen como primera alternativa ir al parque en su tiempo libre. Evidencia que los consumos con distintos dependiendo de la posesión de capitales simbólicos o culturales.

2. ¿Le gusta leer? (si responde SI, pase a la pregunta No. 4)



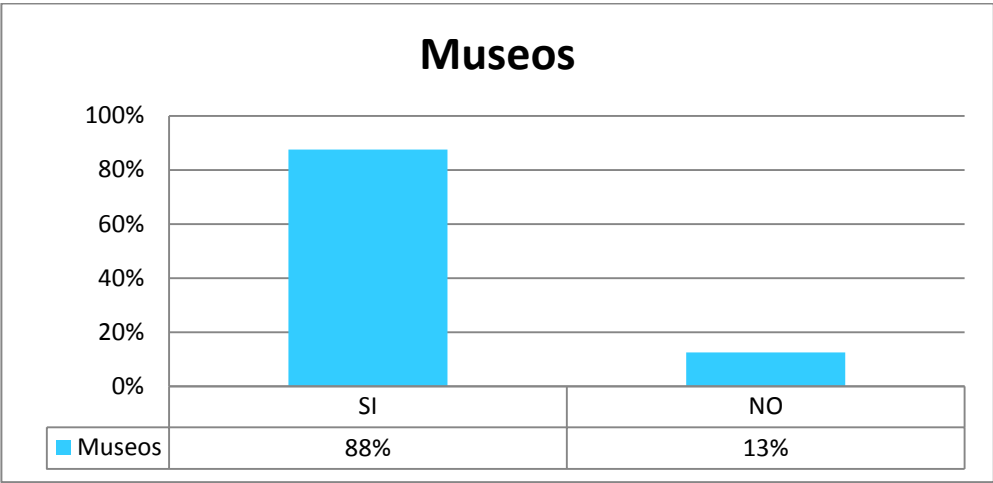
**Análisis:** Todas los docentes de la institución mostraron gusto por la lectura.

¿Qué tipo de textos lee?



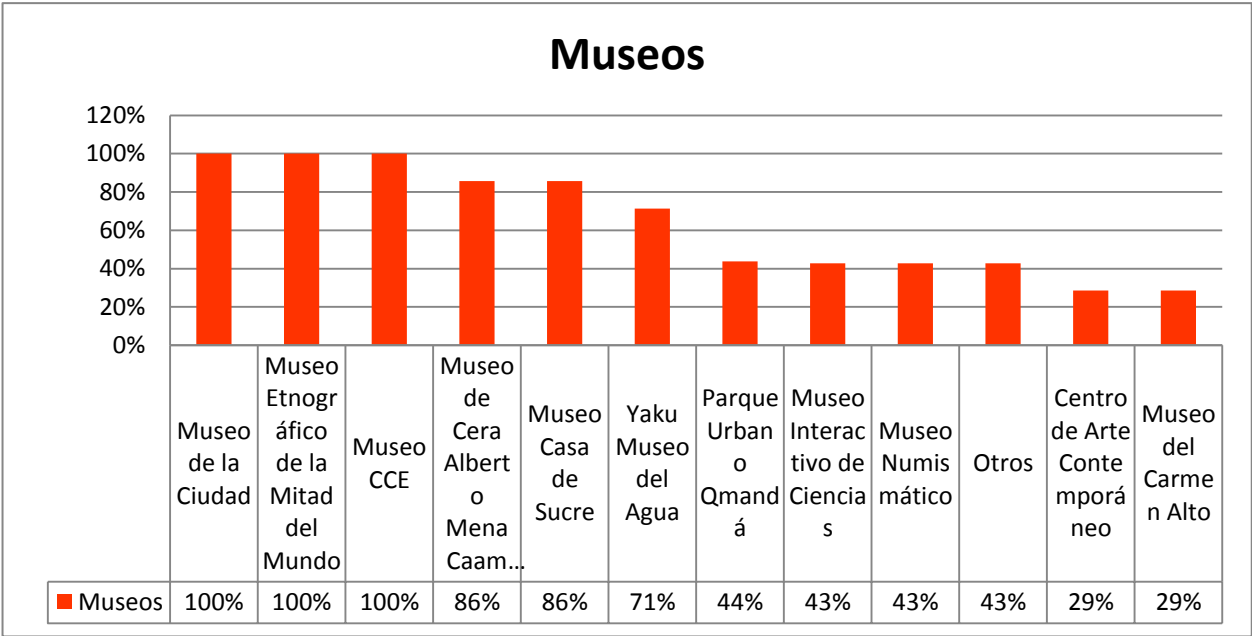
**Análisis:** El texto de mayo consumo en los docentes es el libro, a diferencia de los padres y madres de familia que prefieren leer el periódico.

3. ¿Visita museos o centros de arte? (Si su respuesta es NO, ha terminado la encuesta)



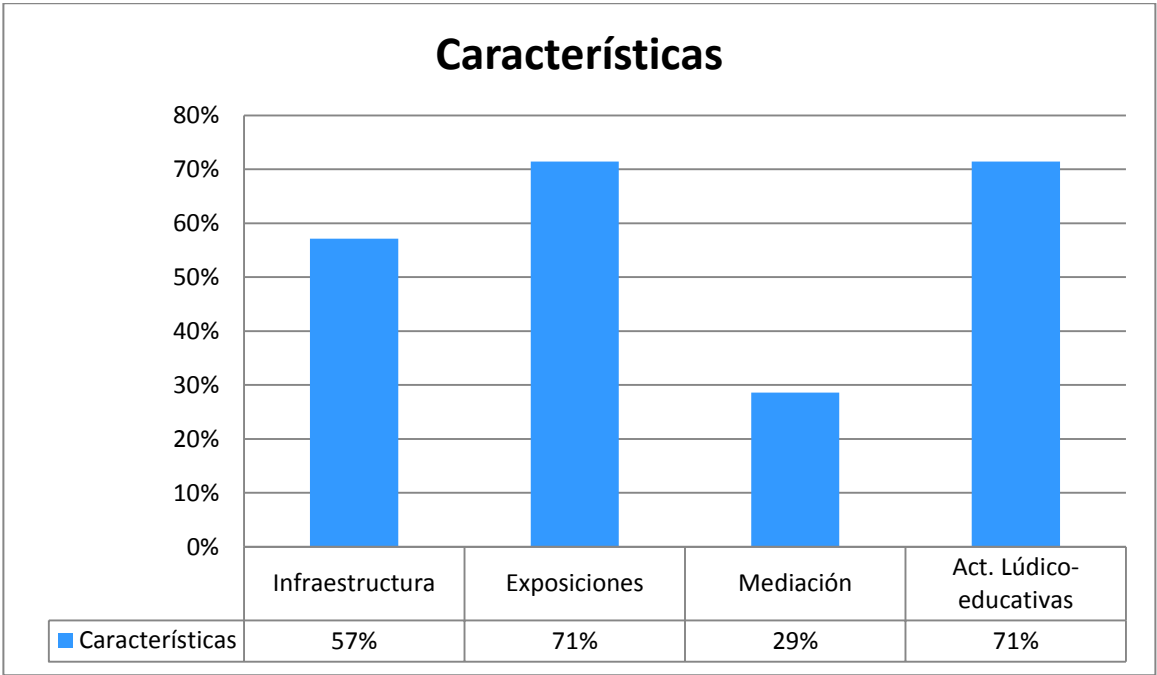
**Análisis:** La mayoría de docentes afirma que visita museos o centros de arte.

4. ¿Qué museo del Distrito Metropolitano de Quito ha visitado? universo de estudio: 7 personas



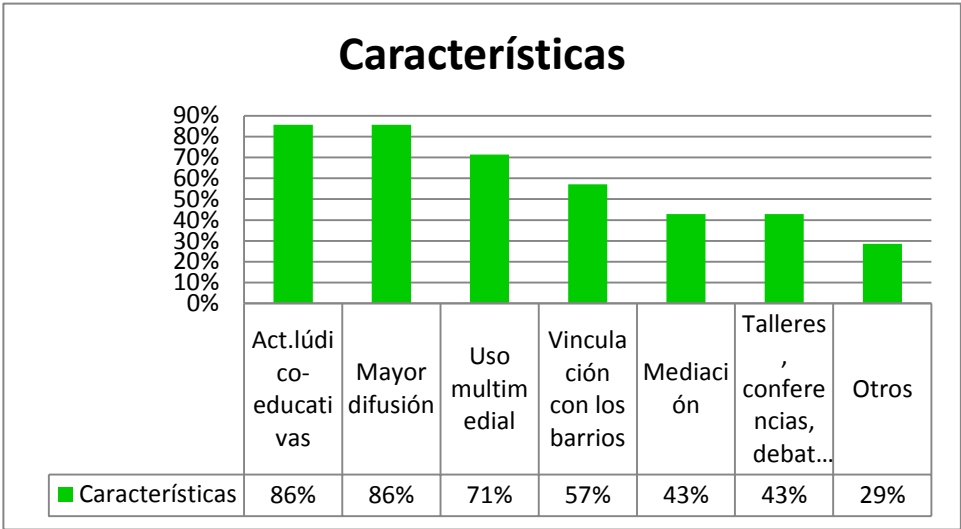
**Análisis:** La mayoría de museos visitados son los más tradicionales del Distrito Metropolitano de Quito, como son el Museo de la Ciudad, el Etnográfico de la Mitad del mundo que ofrece eventos artísticos y es un sitio turístico, o el museo de la CCE que es muy tradicional para la enseñanza de la historia de ecuatoriana. El centro de Arte Contemporáneo, conjuntamente con el Museo del Carmen Alto ocupan el último lugar.

5. ¿Qué es lo que más le impresiona cuando visita un museo? Universo estudio: 7 personas



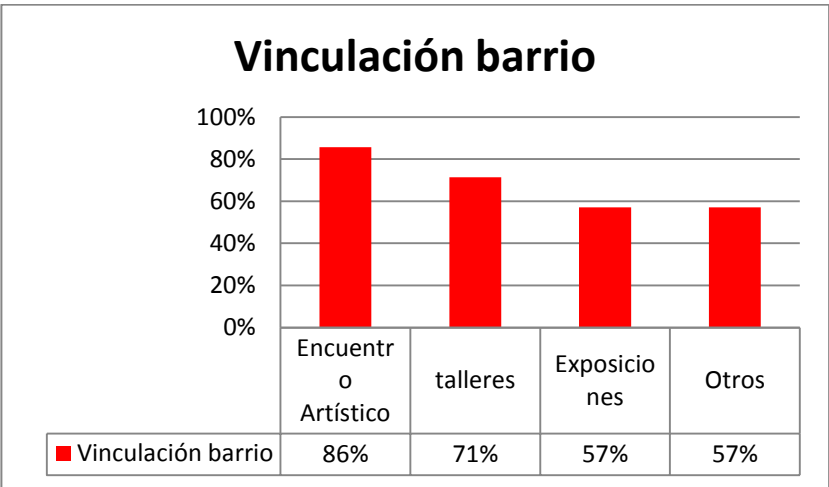
**Análisis:** Lo que más les impresiona de los museos son las exposiciones, al igual que las actividades lúdicas, contrarios a los padres de familia que se sienten más atraídos por la infraestructura. En este caso, los docentes si mencionan la mediación como algo de interés.

6. ¿Qué propondría Ud. Para que los museos sean un lugar más visitado?  
 Universo estudio: 7 personas



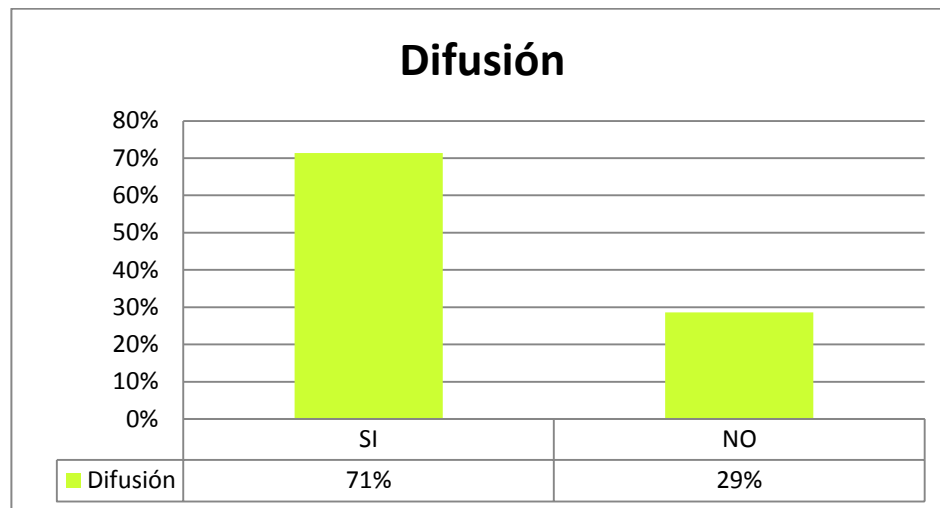
**Análisis:** Los docentes afirman que para que el museo sea un lugar más visitado es preciso trabajar sobre actividades lúdico-educativas, además de la difusión en sectores escolares.

7. ¿Mediante qué actividades considera que un museo podría vincularse a su barrio? ¿Por qué? Universo de estudio: 7 personas



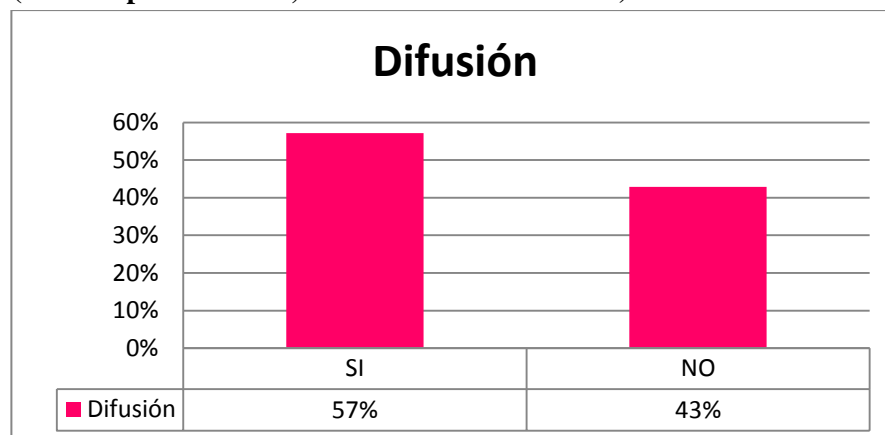
**Análisis:** Para los docentes la mejor manera de vincularse al barrio es mediante actividades artísticas porque permite visibilizar a los talentos del barrio, seguido por talleres y al último las exposiciones que proponen como una alternativa para reunir a las personas en los espacios públicos.

8. ¿Conoce el antiguo Hospital Militar? Universo de estudio: 7



**Análisis:** La mayoría de docentes conoce la edificación del Antiguo Hospital Militar.

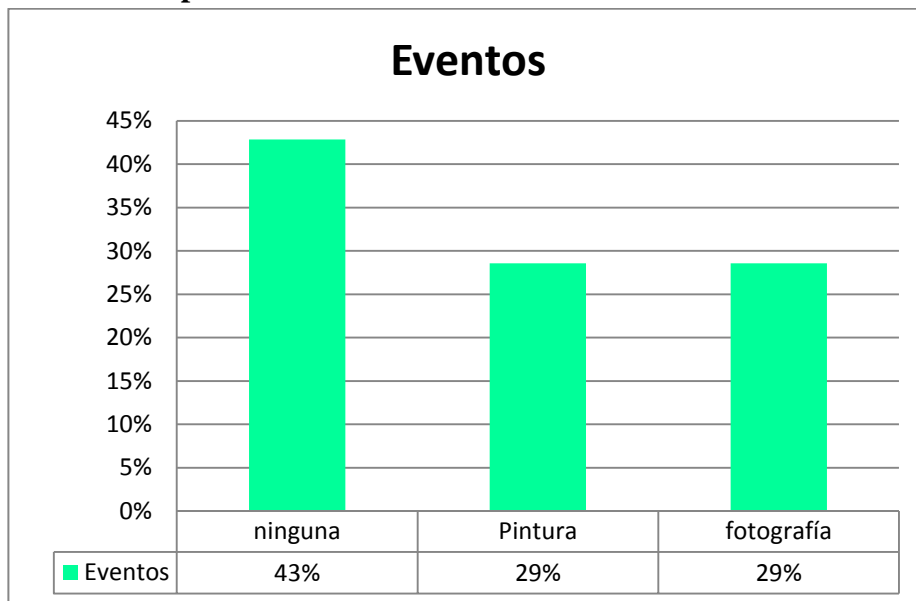
9. ¿Sabe qué funciona actualmente en ese edificio? Por favor escríbalo  
(Si su respuesta es NO, ha terminado la encuesta)



**Análisis:** La mayoría de personas conoce que se ha realizado una intervención en esta edificación y actualmente funciona el Centro de Arte Contemporáneo. Ante un 43% que no conoce sobre estos cambios, e incluso piensan que aún se realizan prácticas médicas en ese lugar.

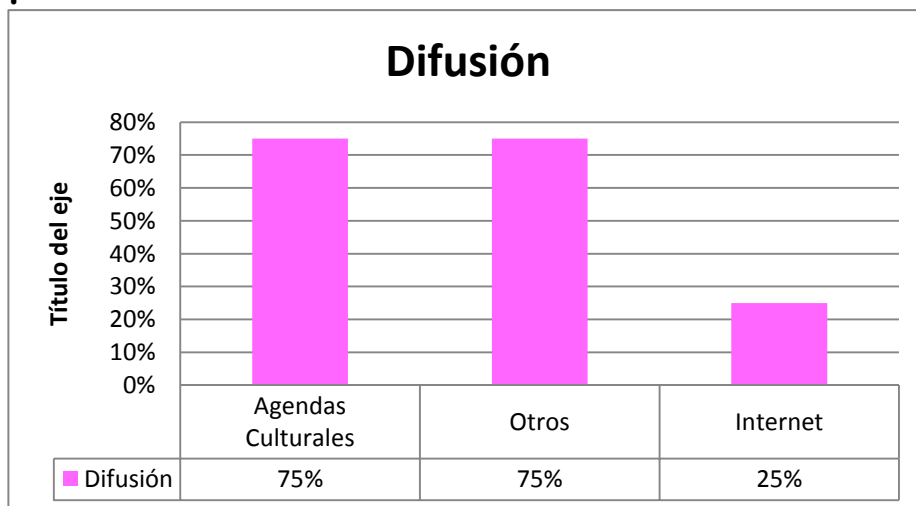


**10. ¿A qué eventos ha asistido en el Centro de Arte Contemporáneo? universo de estudio:7 personas**



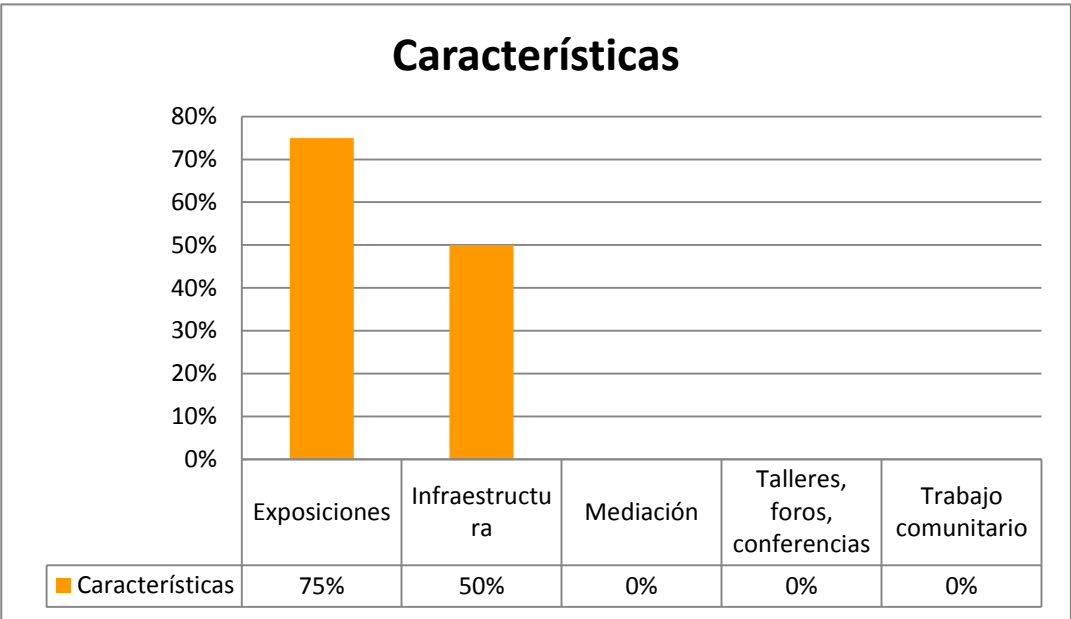
**Análisis:** La mayoría de docentes que conoce el Centro de Arte Contemporáneo no ha asistido a ningún evento, solo el 29% ha asistido a exposiciones de pintura y fotografía.

**11. ¿Cómo se enteró de esos eventos?**



**Análisis:** Los docentes que asistieron a esos eventos se enteraron de ellos mediante referencias de conocidos y agendas culturales, solo el 25% se enteró de ellas mediante el uso de internet.

12. ¿Qué es lo que más le ha impresionado del Centro de Arte Contemporáneo y por qué? Universo de estudio: 4 personas



ue más impresiona a las personas que visitan este lugar son las exposiciones y la infraestructura, no se mencionada nada sobre la mediación de estos eventos ni conocen sobre el trabajo de mediación comunitaria.